

# En fortelling om rusavhengighet

*- en studie av foreningen Erlik og gatemagasinet =Oslo*

**Maria Engvik**



Masteroppgave i sosiologi

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

UNIVERSITETET I OSLO

August 2007



## FORORD

Da jeg for et par år siden for første gang oppdaget =Oslo, ble en nysgjerrighet og interesse vekket: hva var dette? Hva kunne denne typen gatemagasin gjøre for rusmiljøet og med folks oppfatninger? Representerte det en ny kanal for alternative meninger? =Oslo framstod for meg som nytt og spennende – et uutforsket område, i hvert fall i en norsk sammenheng.

Valg av tema for denne oppgaven skjedde altså som resultat av nysgjerrighet. Dessuten hadde jeg lenge hatt lyst til å bruke kunnskap fra teori om tekst- og bildeanalyse. Med en studie av Erlik og =Oslo fikk jeg anledning til å gjøre begge deler, og i tillegg bli kjent med et nytt prosjekt og et fremmed miljø.

Det har derfor vært en glede å jobbe med denne oppgaven. Samtidig har prosessen også gitt meg utfordringer, særlig det å møte et tungt rusmiljø og mennesker som lever så forskjellig fra meg selv. Mens jeg har skrevet på oppgaven, har jeg overalt møtt mennesker som har hatt en mening om magasinet, om selgerne og om prosjektet – noen ganger til min frustrasjon, men stort sett har det vært til inspirasjon. Det er derfor mange å takke, flere enn dem som nevnes her. Spesielt må jeg selvfølgelig takke Erlik, og særlig Per Kristian Lomsdalen og Anlov Mathiesen, som har gitt meg innblikk i foreningen og tilgang til verdifull informasjon og erfaring. Og tusen takk til min kjære Christian for oppmuntring og støtte – nå er jeg klar for vårt felles ”prosjekt”. Takk til medstudenter for interessante innspill og diskusjoner, og til Joakim Dyrnes for gjennomlesing og konstruktiv tilbakemelding. Den største takken må likevel rettes til veilederen min, Sveinung Sandberg, som har møtt meg og oppgaven med entusiasme fra første til siste stund.

## SAMMENDRAG

Sommeren 2005 kom det første nummeret av gatemagasinet =Oslo ut. Magasinet er utgitt av foreningen Erlik, og salget er basert på at rusavhengige, hjemløse og sosialt vanskeligstilte selger magasinet til forbipasserende på gata i Oslo. Ved at rusavhengige og hjemløse kan være selgere og få en inntekt, ønsker Erlik å fremme selvhjelp hos denne gruppen, og gjennom magasinet vil foreningen tale dissens sak.

Magasinet =Oslo har en sentral plass i denne oppgaven – gjennom magasinet kan foreningen formidle sitt budskap, og rusavhengige og vanskeligstilte har anledning til å komme til orde. Gjennom tekst og bilder uttrykkes mye mening om hva det vil si å være rusavhengig i dagens samfunn, hva som førte til avhengigheten og hva som skal til for å komme ut av den. Mye plass er derfor brukt på en narrativ tekstanalyse for å svare på oppgavens ene hovedspørsmål: hvordan framstilles rusavhengige i =Oslo?

Det andre hovedspørsmålet i oppgaven handler om prosjektet til Erlik mer generelt: er magasinalget forretning eller veldedighet? Forståelsen av prosjektet spiller en viktig rolle, i og med at Erlik er avhengig av støtte fra kjøpere for å få solgt magasinet, og for at de rusavhengige og hjemløse skal kunne være selgere. I denne delen står derfor ulike trekk ved foreningen i fokus, trekk som både kan likne forretningsdrift og veldedighet.

Datamaterialet består av de tolv første numrene av =Oslo og av feltarbeid hos Erlik. Magasinet er utgangspunkt for tekstanalysen, som også inkluderer en bildeanalyse, mens observasjonene inngår som data for å dokumentere Erliks virksomhet og arbeidsmåte, og som nødvendig bakgrunnskunnskap for å kunne drøfte foreningens ulike trekk.

Oppgavens mest sentrale analyseverktøy er fortellingsbegrepet, slik det er brukt av Ivar Frønes (2003). Som forestillinger om forløp, kan fortellinger brukes til å si noe om hva som forstås som normale hendelsesrekker i en kultur, og hvordan dette kommer til syne i språkbruk og i forventninger om handling. Tidsforløpet er i fokus, idet en fortelling strekker seg ut i tid og forholder seg til forestillinger om fortid, nåtid og framtid. I tillegg er begreper fra semiotikk og visuell kommunikasjon brukt i en bildeanalyse av magasinetets portretter. Erving Goffman (1961, 1992) er sentral i oppgavens siste kapittel, der hans situasjonsanalyse belyser alternative forståelser av hva magasinalget er.

Som bakteppe og utgangspunkt for tekstanalysen, presenteres aktuelle fortellinger om rusavhengighet og rusavhengige. I narkotikadebatten kan man se at ulike perspektiver forteller om narkotikasituasjonen på forskjellige måter, og plasserer de rusavhengige i ulike forløp og dermed også i ulike roller. I magasinet kommer eksisterende fortellinger og roller til

syne, samtidig som tekst og fotografi også formidler noe nytt. Kombinasjonen av vante og nye forestillinger danner det som jeg forstår som =Oslos egen fortelling om rusavhengighet. Gjennom fire tendenser i magasinet – samfunnsdiagnose, personifisering, tematisering av likhet og suksesshistorier – skisseres et forløp hvor de rusavhengige trekkes fra fortiden og offerrollen, mot framtiden og helterollen. Som et sammenbindende element i fortellingen står rollen som optimist. Optimisten har trekk fra både offeret og helten, og muliggjør en overgang fra den ene til den andre, og dermed fra fortid til framtid. Tekstenes bruk av ulike roller, avhengig av om det fortelles om fortid, nåtid eller framtid, kan ses som en strategisk balansering av rolleegenskaper. Kombinasjonen beskytter individet fra skyld og ansvar, samtidig som et handlingsrom artikuleres.

I drøftingen av hva magasinsalget kan forstås som, kommer en strategisk balansering igjen til syne, denne gang som mellom forretningsdrift og veldedighet. Med utgangspunkt i Goffman (1961, 1992), kan man se forretningsdrift og veldedighet som to ulike aktivitetssystemer som er kontrasterende i forhold til kjøperes motivasjon, og i forhold til aktuelle roller som settes opp i interaksjonssituasjoner. Erlik har trekk som peker mot begge systemer og befinner seg på mange måter midt i mellom, noe som kan føre til usikkerhet og ambivalens. Jeg stiller spørsmål ved om det på sikt er fordelaktig å knytte seg til assosiasjoner som forbindes med veldedighet i forhold til magasinselgernes rolle. Samtidig ser jeg at dette muligens sikrer Erliks drift.



# INNHold

<b>INNLEDNING .....</b>	<b>3</b>
1.1 SOSIOLOGISK OG SAMFUNNMESSIG RELEVANS .....	4
1.2 HOVEDSPØRSMÅL OG STRUKTUR .....	5
<b>2. RUSMILJØET, GATEAVISER OG ERLIK .....</b>	<b>7</b>
2.1 NARKOTIKASITUASJONEN .....	7
<i>Gatemiljøet i Oslo sentrum</i> .....	9
2.2 GATEAVISER: "SOCIAL BUSINESS" .....	10
2.3 HISTORIEN OM ERLIK.....	13
<i>Etablering og utvikling</i> .....	13
<i>Redaksjonen og tekstproduksjonen</i> .....	15
<i>Salgslokalet og distribusjon</i> .....	16
<i>Selgerne og selgermøtene</i> .....	17
<b>3. METODE OG TEORETISK INNFALLSVINKEL.....</b>	<b>21</b>
3.1 DATAMATERIALET .....	21
<i>Magasinet</i> .....	21
<i>Samtaler og observasjon</i> .....	23
3.2 METODE OG UTFORDRINGER .....	24
<i>Tekst som analyseobjekt</i> .....	25
<i>Avsender og adressent – en avklaring</i> .....	27
<i>Hvordan studere noe i stadig forandring?</i> .....	29
<i>Den rusavhengige som representasjon</i> .....	29
3.3 ANALYSEVERKTØY .....	30
<i>Narrativ og fortellinger</i> .....	31
<i>Visuell kommunikasjon</i> .....	33
<i>Situasjoner og systemer</i> .....	35
<b>4. FORTELLINGER OM RUS .....</b>	<b>37</b>
4.1 NARKOTIKAPOLITISKE LINJER OG DE STORE FORTELLINGENE .....	37
4.2 ROLLER.....	41
<i>Den kriminelle</i> .....	41
<i>Offeret</i> .....	43
<i>De elendige: en hybrid</i> .....	45
<i>Stabilisering av roller</i> .....	47
4.3 FORTELLINGENES ARTIKULERING AV HANDLINGSROM OG SKYLD.....	48
4.4 OPPSUMMERING .....	50

---

<b>5. MAGASINETS STRATEGI OG FORTELLING .....</b>	<b>52</b>
5.1 SAMFUNNSDIAGNOSE: DEN KALDE MODERNITETEN .....	53
5.2 PERSONIFISERING: OFFERROLLEN .....	57
5.3 LIKHET: ALLE ER LIKE UNIKE .....	60
<i>Visuell likeverd og identifisering: en bildeanalyse</i> .....	62
<i>Likhhet som i ”det kan skje alle”</i> .....	67
5.4 SUKSESSHISTORIER: HELTEN .....	68
5.5 OPTIMISTEN: BÅDE OFFER OG HELT .....	71
5.6 STRATEGISK BALANSERING.....	74
<i>Strategisk kreativitet</i> .....	78
<i>Narrativ forhandling</i> .....	79
5.7 OPPSUMMERING .....	80
<b>6. FORRETNING ELLER VELDEDIGHET? .....</b>	<b>82</b>
6.1 ERLIK SOM FORRETNING .....	82
6.2 ERLIK SOM VELDEDIGHET .....	85
6.3 MELLOM TO SYSTEMER.....	88
<i>Rolleforvirring og kommunikasjonssvikt</i> .....	89
<i>Systemkollaps og metakommunikasjon</i> .....	92
6.4 JA TAKK, BEGGE DELER .....	95
6.5 OPPSUMMERING .....	96
<b>7. AVSLUTNING.....</b>	<b>98</b>
7.1 DEN RØDE TRÅDEN .....	99
7.2 BEVEGELSEN FRAMOVER .....	101
<b>REFERANSER.....</b>	<b>103</b>

Alle bilder er trykket med tillatelse fra Erlik.



---

## INNLEDNING

Denne oppgaven har hovedfokus på foreningen Erlik og magasinet ”=Oslo”. Erlik er en forening som arbeider for å fremme engasjement og selvhjelp blant rusavhengige, hjemløse og sosialt vanskeligstilte, ved at disse kan selge magasinet på gata i Oslo. Gjennom magasinet vil foreningen også være debattskapende og fungere som de marginaliserte grupperes talerør.

Erlik ble etablert i april 2005 og magasinet kom ut for første gang i juni samme år. Foreningens aktivitet er konsentrert rundt sentrum i hovedstaden – det er der redaksjonen og distribusjonslokalet holder til, og det er der magasinselgerne i hovedgrad befinner seg. Selgerne er som regel rusavhengige og arbeidsløse, og mange er også hjemløse. Salgsjobben er basert på at selgerne først kjøper magasinet av Erlik for 20 kroner og deretter selger det videre til forbipasserende på gata for 40 kroner. Overskuddet beholdes av selger som dermed får en inntekt. Det har tidvis vært stor interesse for magasinet – fra media og fra kjøpere – og med noe sesongmessig variasjon, selger magasinet relativt godt. Også i gate- og rusmiljøet har interessen spredd seg, og våren 2007 var det registrert totalt 450 selgere.

Salg av =Oslo har etter hvert blitt et vanlig syn i Oslo. Selgerne er lette å få øye på, både fordi de skiller seg ut ved å være representanter for en sosialt vanskeligstilt gruppe og gjerne har synlige trekk fra et liv med langvarig rusavhengighet og hjemløshet, og fordi magasinet i seg selv har et særegent utseende. Forsiden av =Oslo er gjerne dekket av et stort portrett, og med en ellers stilren layout er det lett å kjenne igjen. Innholdet i magasinet er preget av portrettintervjuer av rusavhengige, artikler som problematiserer situasjonen for gruppen som magasinet representerer, reportasjer fra ulike steder i Oslo og mye bilder og illustrasjoner. Gjennom både tekst og bilder uttrykkes mye mening om rusavhengighet og hjemløshet i Oslo.

Erlik er en relativt liten forening, til tross for et stort virkeområde, med få faste ansatte og en liten redaksjon. I løpet av de to årene som har gått siden etableringen har foreningen gjennomgått en del forandringer, noe innholdsmessig i magasinet, men spesielt i organisasjon og ledelse, noe som har ført til uro og ustabilitet for selgere og ansatte. Likevel har magasinet kommet ut jevnt og trutt, fra hver sjettede uke til én gang i måneden.

I denne oppgaven vil jeg se nærmere på foreningens arbeid, særlig på magasinet og det budskapet som formidles der. En nysgjerrighet i forhold til konseptet med gateaviser – hva det går ut på, hva som er målet og hvordan det fungerer – ble vekket da jeg først

---

oppdaget =Oslo, og ligger som en opprinnelig motivasjon for oppgaven. Denne oppgaven er slik et resultat av en slags oppdagelsesferd.

## 1.1 Sosiologisk og samfunnsmessig relevans

Erlík kan ses på som en representant for en gruppe som sjelden kommer til orde. Gjennom et fokus på hvilke meninger som formidles i magasinet, har jeg lyst til å sette lys på ulike og alternative forståelser av rusavhengighet. Magasinets budskap kan her ses i forhold til majoritetens uttrykk og forestillinger – er det likheter eller forskjeller? Hvilke forestillinger som dominerer, kan videre si noe om definisjonsmakt og ideologi i samfunnet: hvilke grupper når fram med sine meninger i samfunnsdebatten, mer spesifikt i narkotikadebatten, og hva representerer disse?

For å være konkret, kan oppgaven si noe om rusavhengiges egen selvforståelse. Hvordan de selv og deres talsmenn forstår situasjonen, hva som førte dem inn i avhengigheten og hva som skal til for å komme seg ut av den, blir vist i magasinet. Ved å se på hvilke språklige strukturer – hvilke fortellinger – som trekkes på i presentasjonen av rusavhengighet og livet som rusavhengig og vanskeligstilt, kan man si noe om hvordan disse personene forstår seg selv og sitt liv. Magasinet forteller om et hverdagsliv som de færreste av oss kjenner til, fra et gateperspektiv. Samtidig kan man se hvordan man også her finner igjen dominerende bilder, forestillinger og fortellinger, og på den måten hvordan språket blir redskap for selvforståelse.

”Samfunnet vårt er i dag fullt av visuelle inntrykk. Dette må også sosiologer ta inn over seg”, sa sosiolog og kunstner Oddrun Sæter til meg en gang. Poenget hennes var at sosiologien ikke bare kan konsentrere seg om skriftlig tekst, men også må se på all den meningen som formidles gjennom visuell kommunikasjon. Reklameplakater, film, TV, bilder og kunst inneholder symboler som vi som mottakere tolker. Kommunikasjonen er gjerne basert på at vi har en del felles koder – symboler som vi forstår hva betyr – og både avsender og mottaker bruker disse kulturelle kodene for å nå fram med informasjon og for å orientere seg i omgivelsene. For å ta Sæters råd til etterretning, og som konsekvens av at bilder og det visuelle er en viktig del av magasinet til Erlík, inneholder oppgaven også en bildeanalyse. Her er den implisitte meningen i fokus – mening som ikke står skrevet med ord og på den måten blir uttalt, men mening som likevel blir formidlet til publikum.

Videre, handler oppgaven om gateaviser som et fenomen. Selv om Erlíks prosjekt er nytt i Norge, stiller foreningen seg i rekken av mange gateaviser med mer eller mindre

samme konsept, på et internasjonalt plan. De ulike foreningene i ulike land har imidlertid noe ulike formål og lokale betingelser som gjør at de skiller seg fra hverandre. Siden det ikke tidligere har blitt gjort noen sosiologisk studie av Erlik og =Oslo, kan oppgaven dermed fungere som dokumentasjon på hvordan et gatemagasin fungerer og drives i Oslo, med sin lokale kontekst, ideologi og betingelser.

## 1.2 Hovedspørsmål og struktur

Masteroppgaven kretser rundt to hovedspørsmål:

1. Hvordan framstilles rusavhengige i =Oslo? I denne delen vil jeg gjøre en narrativ analyse av magasinets innhold for å se hvilke forløp som skisseres og hvilke roller som settes opp for de rusavhengige i tekstene. En sammenlikning med ulike aktuelle forestillinger om rusavhengige vil stå sentralt.
2. Er magasinsalget forretning eller veldedighet? Magasinet er avhengig av tillit og støtte fra kjøperne, og forståelsen av Erliks prosjekt er derfor av stor betydning. I denne delen vil jeg se på ulike trekk ved Erlik, spesielt i forhold til veldedighet og forretning som kan ses på som ulike systemer: hvilket system faller foreningen inn under, og hvordan trekkes det på dette for å mobilisere støtte?

Oppgaven vil ha størst fokus på tekstene i =Oslo. For å kunne svare på hovedspørsmålene kreves det imidlertid god kjennskap til foreningen Erlik; hvordan foreningen er bygd opp, hvordan de ansatte jobber, hvordan tekstene blir produsert og hvordan selgerjobben er. Det blir derfor også et mål å dokumentere foreningens virksomhet og arbeidsmåte. Et feltarbeid hos Erlik inngår derfor som datamateriale, i tillegg til magasinets tekster.

Oppgaven begynner med et kapittel som skal plassere Erlik i en kontekst, både fysisk og historisk. Narkotika- og gatemiljøet i Oslo er rammen rundt foreningen og selgerne – det er her de befinner seg og deres hverdag er preget av endringer som skjer på dette feltet. Erlik er også del av en relativt ny, men stadig ekspanderende gateavistradisjon. Både den fysiske, politiske og historiske konteksten har gjort Erlik til det foreningen er, og en presentasjon av Erliks etablering og drift følger i siste halvdel av kapitlet.

Deretter kommer et kapittel hvor jeg redegjør for metodiske og analytiske verktøy som er brukt i oppgaven. Studiens datamateriale og framgangsmåte blir presentert, og det

blir gitt en kort presentasjon av den teoretiske innfallsvinkelen og de mest sentrale begrepene. At tekster har en viktig plass som datamateriale og analyseobjekt i oppgaven, preger kapitlet, i og med at språk og symboler er vektlagt. I tillegg spiller kommunikasjon i konkrete situasjoner en viktig rolle.

Før selve tekstanalysen, blir en del sentrale tendenser og skillelinjer i det som kan kalles et meningslandskap foreslått. Kapitlet "Fortellinger om rus" står slik som en innledning til – og utgangspunkt for – analysen av magasinet =Oslo. Ulike forestillinger om rusavhengighet i samfunnet danner et bakteppe av assosiasjoner og bilder som blir tilgjengelige for både Erlik, de rusavhengige selv og lesere av =Oslo.

Tilgjengelige forestillinger fortsetter å være fokus i analysen av magasinet. Kulturelle fortellinger om hvordan hendelser henger sammen, identifiseres ved å se på tendenser i tekstene. Her finner man igjen kjente roller som gir ulike beskrivelser av de rusavhengige. Måten tekstene forteller om fortiden og framtiden på, gjør at man kan se de ulike rollene i et tidsperspektiv. Magasinet skaper slik sin egen fortelling om rusavhengighet – en fortelling som er preget av en spenning mellom motsetninger.

Det siste kapitlet før avslutningen, handler om Erliks prosjekt mer generelt. Ulike trekk ved foreningen drøftes, og det reflekteres rundt hvordan Erlik trekker på elementer fra forretningsdrift og veldedighet. Magasinselgerne har en sentral plass i dette kapitlet, i og med at det er i salgssituasjonen at selger og kjøper møtes, men også erfaringer fra observasjoner hos Erlik er med for å peke på ulike sider av foreningen.

Erlik og konseptet med gatemagasiner, kan belyses fra mange ulike perspektiver. Det følgende blir derfor bare ett alternativ, og *min* fortelling om mitt møte med Erlik og magasinet.

---

## 2. RUSMILJØET, GATEAVISER OG ERLIK

Erlík og selgerne er omgitt av en fysisk kontekst som er preget av rusmiljø og livet på gata, både ved at foreningen er plassert sentralt i Oslo, fordi selgerne selv ofte er hjemløse og rusavhengige, og fordi det var livet i dette miljøet som var noe av bakgrunnen for initiativet til foreningen Erlík. Forandringer i rus- og gatemiljøet berører derfor også foreningen, både driften av magasinet og selgernes hverdag.

I tillegg til de fysiske og politiske omgivelsene, kan også Erlík trekke på en historisk og internasjonal kontekst ved å ta del i tradisjonen med gateaviser. Fenomenet er relativt nytt i Norge, men i andre land har konseptet med at hjemløse selger aviser eksistert siden slutten av 80-tallet. Lokale betingelser og personlig initiativ og ideologi skaper likevel forskjeller.

Den daglige driften av Erlík påvirkes av alt dette – gatemiljøet, politiske avgjørelser, ideer fra andre land og personlige preferanser innad i foreningen. Samtidig med ideologiske tanker og store visjoner, skal magasinet produseres og salget gå sin gang, til tross for stadige forandringer. Siste del av dette kapitlet er derfor viet til den daglige driften og en presentasjon av de ulike delene i foreningen og hvordan disse jobber.

### 2.1 Narkotikasituasjonen

Gjennom 1960- og 70-tallet ble bruk av narkotiske stoffer ansett som en problematisk samfunnsutvikling i Norge, og først da ble narkotikafeltet dannet som et eget *felt* i sosialpolitikken (Lohne, Mathiesen og Middelthon 1982: 21-25). Stoffmisbruket har her vært i fokus, som det mest synlige problemet i forhold til narkotika.

Cannabis, hovedsakelig hasj, er det mest brukte narkotiske stoffet i Norge, men blant de tunge narkotikabrukerne er det derimot injeksjoner av heroin og amfetamin som dominerer. Et flertall av selgerne av =Oslo faller inn under denne gruppen. Det finnes selvfølgelig unntak – noen av selgerne bruker ikke narkotiske stoffer i det hele tatt, men har et problem i forhold til alkohol eller har falt ut av arbeids- og boligmarkedet av andre grunner. Andre har et blandingsforbruk av ulike stoffer, der piller, alkohol og injeksjoner kombineres. En bakgrunn med bruk av tunge narkotiske stoffer, er likevel typisk for selgerne.

I dag er antall sprøytemisbrukere beregnet til å være mellom 11 000 og 15 000 i hele Norge. Dette er mer enn en fordobling siden 1990-tallet (SIRUS 2007). Samtidig har de

---

tunge narkotikabrukerne blitt eldre, og rusmisbruk kan ikke bare knyttes til et ungdomsfenomen. Økningen av sprøytemisbruk har utviklet seg samtidig med at prisene på heroin og amfetamin har falt drastisk. Prisen på heroin har falt med 70 prosent, og amfetamin med 60 prosent siden 1993, med unntak av ”tørkeperioder” – som sommeren 2006 – hvor prisene presses opp. Til tross for at prisene har sunket, trenger rusavhengige en relativt høy inntekt for å finansiere kjøp av narkotika, blant annet fordi forbruket har økt. En studie av sprøytemisbrukere fra 1993 til 2004, gjort av Anne Line Bretteville-Jensen (2005), anslår at et daglig forbruk av heroin i 2004 kostet ca 760 kroner, og amfetamin 290 kroner (2005: 10). Finansieringen av forbruket skjer gjennom arbeidsinntekt, trygd og sosialhjelp, sammen med blant annet inntekt fra prostitusjon, fortjeneste på stoffsalg, og vinningskriminalitet (2005: 9).

Et liv preget av rusavhengighet vanskeliggjør ofte en stabil boligsituasjon. Blant sprøytemisbrukere er det kun 40 prosent som oppgir at de har egen bolig. Mange er uten fast bosted og sover tidvis ute eller overnatter midlertidig og provisorisk hos venner eller familie. Andre bor på hospits av varierende kvalitet, gjerne i lange perioder om gangen (Bretteville-Jensen 2005: 39-40). Dette vises også blant =Oslo-selgerne; noen bor på fast sted, gjerne i kommunale boliger, mens mange veksler mellom å bo på hospits, hos bekjente eller på gata.

All bruk, besittelse og omsetning av narkotiske stoffer er ulovlig i Norge. Narkotika er et juridisk begrep, og stoffer som regnes som narkotiske, står oppført på den såkalte narkotikalistens (Sosial- og helsedirektoratet 2004: 39). Hovedansvaret for narkotikapolitikken ligger hos Helse- og omsorgsdepartementet. Formelt sett er politikken restriktiv, og basert på forbud, men departementet driver også med forebyggende arbeid og rehabilitering, og praktisk sett er politikken i stor grad basert på prinsippet om skadereduksjon (Sandberg og Pedersen 2005: 24, se også oppgavens kapittel 4).

I 1995 vedtok Stortinget at det skulle settes i gang et prøveprosjekt med såkalt legemiddelassistert behandling (LAR). Behandlingen retter seg mot personer som har mange år med heroinmisbruk bak seg, og hvor annen type behandling ikke har fungert. Behandlingen innebærer at brukerne bytter ut heroin med stoffene metadon eller subutex, som de får utdelt, samt personlig oppfølging fra et hjelpeapparat. Ved inngangen av 2005 var ca 3000 personer innskrevet som pasienter på behandlingen, og mange står på venteliste (Bretteville-Jensen 2005: 74). Det er imidlertid ikke enighet om at dette er riktig måte å behandle rusavhengige på, fordi disse stoffene også skaper en avhengighet og det er en del bivirkning knyttet til bruken.

---

Fra 1. januar 2004 ble ansvaret for behandlingstiltak for rusavhengige overført fra fylkeskommunene til staten ved de regionale helseforetakene, gjennom den såkalte Rusreformen. Reformen ga rusavhengige pasientrettigheter og rett til en individuell plan, og formålet var å styrke behandlingstilbudet (Arbeids- og inkluderingsdepartementet 2004). En tilbakevendende uttalelse i =Oslo, er likevel at behandlingsapparatet fremdeles ikke ser rusavhengighet som et helseproblem eller som en sykdom.

### Gatemiljøet i Oslo sentrum

Oslo har anslagsvis mellom 3000 og 4000 sprøytemisbrukere. I tillegg kommer all annen type narkotikabruk. Videre anslås det at det var 1244 bostedsløse i hovedstaden i 2005 (Hansen, Dyb og Østerby 2006: 34). Fordi mye narkotikabruk er skjult og mange er midlertidig hjemløse er disse tallene riktignok bare et anslag, men kan gi en pekepinn på situasjonen.

Det finnes en del tilbud til rusavhengige i Oslo. Lavterskeltiltak er steder hvor det ikke stilles krav til brukerne om at de må avruses, men er basert på prinsippet om skadereduksjon. (se kapittel 4 for mer om dette). Under dette kommer en del hybelhus hvor rusavhengige kan bo, og felttiltak som sprøyteutdeling, helsetjenester og matservering. Staten er pliktig til å gi rusavhengige et tilbud om et sted å bo etter sosialloven (Sætre 2006: 276), og noen får tilbud gjennom sosialkontoret om å få bo på private hospits, andre i kommunale hybelhus. Til tross for tilbudene som finnes, forteller =Oslo-selgere at miljøene er uheldige på disse stedene, særlig hvis man ønsker seg vekk fra rusavhengighet, og mange foretrekker heller å sove ute.

=Oslo-selgernes hverdag handler slik om mer enn å selge magasiner, de fleste er avhengig av å få kjøpt heroin eller andre stoffer, de er i kontakt med hjelpeapparat og sosialkontor, de får ulike tilbud om boligordninger eller rehabilitering. Hvis det er for kaldt til å sove ute og de ikke har noe botilbud som er aktuelt, er dette en stor bekymring. I tillegg rammes magasinselgerne direkte av endringer som rusmiljøet stadig opplever, både på grunn av et variabelt narkotikamarked, men også som resultat av ulike tiltak og aksjoner i Oslo. Sommeren 2004 startet politiet i Oslo den såkalte Plata-aksjonen. Denne aksjonen var rettet mot rusavhengige som pleide å være på Plata – en plass på sjøsiden av Oslo S som var preget av tung rusavhengighet, åpenlys omsetning og bruk av narkotika. I løpet av sommeren ble de rusavhengige fjernet fra Plata-området, og aksjonen brakte med seg en debatt rundt

---

behandlingen av denne gruppen. Flere hevdet at rusavhengige var en jaget gruppe som ikke hadde noe sted å gjøre av seg. Tidligere var rusmiljøer blitt fjernet fra både Slottsparken og Egertorget i Oslo, så denne aksjonen var ikke ny i den forstand. Spørsmål om politiets og politikernes formål med å fjerne åpenlys narkotikabruk ble derfor igjen tatt opp. Frontene stod mellom de som mente at et synlig rusmiljø skapte økt rekruttering, mot de som argumenterte for at dette var et forsøk på å skjule samfunnsproblemer uten å gjøre noe med den egentlige årsaken (se blant annet Sandberg og Pedersen 2005).

Siden Plata-aksjonen, har store deler av rusavhengige samlet seg i Skippergata, bare et par kvartaler fra Plata. Skippergata krysser nederste del av Karl Johan, og både bruk og omsetning av narkotika er synlig her. Denne nye konsentrasjonen har ført til ytterligere debatt rundt synligheten av narkotika i det offentlige rommet, og hvordan problemer skal imøtekommes. I tillegg har det kommet et tilsig av utenlandske tiggere til Oslo etter at løsgjengerloven ble opphevet 1. januar 2006 og tigging ble avkriminalisert. Sammen med norske tiggere, humanitære organisasjoner og gatesalg av blant annet mobilabonnementer og aviser, har det etter hvert blitt mange i kampen om forbipasserendes oppmerksomhet og penger.

Det er i dette landskapet Erlik befinner seg. Prosjektet ble planlagt og redaksjonen ble etablert i Plata-aksjonens etterspill, høsten 2004. Kanskje var dette det ideelle tidspunktet for å synliggjøre rusavhengige og livet på gata i Oslo? En bevissthet rundt forholdene i Oslo sentrum var i hvert fall skapt gjennom medias dekning av Plata-aksjonen og debatter i dennes kjølvann.

## **2.2 Gateaviser: “social business”**

I tillegg til en fysisk og lokal kontekst, har Erlik tatt del i en gateavistradisjon og har dermed også en historisk og internasjonal kontekst å knytte seg til. Professor i kommunikasjonsstudier ved DePauw University i USA, Kevin Howley (2003), beskriver gateaviser som en unik form for kommunikativt demokrati, basert på et prinsipp om deltakende kommunikasjon. Han karakteriserer gateaviser som en type journalistikk som er for sosial endring, en journalistikk som fungerer som motstrøm til dominerende verdier, praksiser og institusjoner (2003: 274, 279).

I 1989 kom første nummer av *Street News* ut i New York. Som et nytt tilbud til hjemløse om et alternativ til tigging, ble *Street News* stående som en prototype for senere gateaviser (Howley 2003: 278-279). Siden da har gateavisfenomenet spredd seg, først til



---

Storbritannia med *The Big Issue*, senere til mange andre land over hele verden, både i Europa, Australia og Afrika (INSP 2007). Konseptet er i stor grad det samme, med hjemløse som selgere av avisen på gata, selv om det er forskjell på avisenes utseende og innhold. Gateavisene er som hovedregel skrevet av ikke-profesjonelle journalister, gjerne også med tekster av hjemløse selv. Avisene fungerer som en alternativ offentlig sfære for meningsutveksling, der stemmer som sjelden er hørt, får plass. Man kan derfor se gateaviser som et nytt diskursivt rom hvor fattige og hjemløse kan artikulere bekymringer som blir presentert for et større publikum (Howley 2003: 280).

I forhold til artikler i andre aviser og media som tar for seg hjemløshet og marginalisering, gir gateavisene gjerne mer konkret informasjon gjennom faktaartikler som tar for seg blant annet bomuligheter, helsetjenester og arbeidsmuligheter rettet mot de hjemløse. I tillegg gir avisene personlige fortellinger om livet på gata og suksesshistorier, sett fra de hjemløses eget perspektiv. *Local knowledge*, kaller antropologen Clifford Geertz denne typen kunnskap som er basert på hverdagskunnskap og levd erfaring, fremfor offisielle kilder (Geertz i Howley 2003: 284-285).

Til tross for fellestrekk, eksisterer det et sentralt dilemma for gateaviser som skaper forkjeller i måten avisene ønsker å fremme sosial endring på. Dilemmaet bunner i spørsmålet om det er mulig å kombinere radikalitet og en stor kjøpe- og lesegruppe. Howley skriver at mange kjøper gateaviser i sympati for den enkelte selger, uten å ta seg tid til faktisk å lese innholdet (2003: 282). Da når ikke budskap om sosial endring fram til lesere. Dette har gitt avisene et ulikt innhold, med ulik vekt på radikalitet og tekster som taler for endring. Man kan derfor se et skille blant gateaviser mellom dem som vektlegger urettferdighet og vil skape endring gjennom innholdet i avisene, og andre som har fokus først og fremst på salget og at de hjemløse får jobbe som selgere.

Den britiske gateavisen, *The Big Issue*, har av initiativtakerne blitt beskrevet som "social business" (Swithinbank 2001: 32, 54), eller sosial forretningsvirksomhet på norsk. I denne definisjonen ligger en tanke om å kombinere det økonomiske aspektet hvor fortjeneste står sentralt, med et sosialt fokus hvor formålet er selvhjelp til hjemløse. Grunnleggerne John Bird og Gordon Roddick hadde dette som utgangspunkt da de startet *The Big Issue* etter inspirasjon fra *Street News* i 1991. Jakten på profitt skulle ikke styres ut fra individuelle motiver, som annen kommersiell forretningsvirksomhet, men med det sosiale behovet som drivkraft. Handlingsrommet til *The Big Issue* ble av Bird og Roddick ansett som i skjæringspunktet mellom frivillighetssektoren, styringssektoren og forretningssektoren (Swithinbank 2001: 54). Bird og Roddick ville lage et alternativ til tradisjonell veldedighet

---

for hjemløse og bevege seg vekk fra den avhengighetsskapende veldedigheten, som de forstod denne som. De ville tilføre hjemløshet et *forretningsaspekt*: ”a business solution of the problem of homelessness, rather than a charitable solution” (Swithinbank 2001: 25-26). Ved å la hjemløse kjøpe aviser og deretter selge dem videre med fortjeneste, ville de hjemløse få en økonomi og handle på et marked, i motsetning til donerte gaver.

Siden oppstarten i 1991, har The Big Issue hatt stor suksess og har nå lokale utgaver i flere andre land. I tillegg til selve avisen, jobber en separat del av foreningen mer direkte med å få de hjemløse ut i jobb, gjennom utdanning, arbeidstrening, boligformidling og rådgivning. Avisen har gått fra å komme ut én gang i måneden i London, til å bli en ukentlig avis i hele Storbritannia. I 1994 ble dessuten paraplyorganisasjonen International Network of Street Papers (INSP) lansert av The Big Issue. INSP er i dag en sammenslutning med 80 gateaviser fra 27 ulike land, inkludert Erlik med sitt =Oslo (INSP 2007).

Uttrykket ”social business”, kan ses som et forsøk på å etablere et begrep som skal innebære både et budskap om sosial endring og forretningsvirksomhet. I forhold til =Oslo, er innholdet i The Big Issue imidlertid mye mer preget av aktualiteter og nyhetsaktuelle saker, anmeldelser av bøker, musikk og film, oversikt over ukens konserter, utstillinger og forestillinger. I =Oslo er innholdet konsentrert rundt et tema i hvert nummer, og de fleste tekstene handler om spørsmål i forhold til rusavhengighet og et liv på gata. Man kan dermed se at Erlik og The Big Issue plasserer seg ulikt i forhold til å formidle et budskap om sosial endring: =Oslo har et smalere innhold, men er samtidig mer fokusert på å tematisere samfunnsproblemer. Mens The Big Issue inneholder annonser og reklame og har et røft uttrykk, har =Oslo lagt vekt på utseende og layout, er fritt for reklame og er preget av store bilder. =Oslo likner derfor mer på det som forbindes med et magasin enn en avis (se også kapittel 6 for mer om dette).

Fenomenet med gateaviser sprer seg, også i Skandinavia. Danmark og Sverige har hatt sine versjoner av prosjektet allerede en del år, med blant annet *Hus Forbi* i København og *Faktum* i Göteborg. Også flere byer i Norge har etter hvert fått gateaviser. Tromsø har *Virkelig*, og Bergen har nylig fått *Megafon*. Gateavisene i Norge og Skandinavia er helt klart del av en gateavistradisjon og -kultur, basert på mange av de samme visjonene og målene. Likevel må man ikke se bort fra de nasjonale forskjellene og betingelsene som ligger i de ulike landene. I Norge er nok hjemløshet sterkere forbundet med narkotika og rusavhengighet enn i mange andre land, særlig utenfor Skandinavia, på grunn av velferdsordninger som ellers fanger opp mange uten bolig. Slik er muligens gruppen med

---

hjemløse og =Oslo-selgere mer homogen i Norge enn i andre land, selv om alle selgerne selvfølgelig ikke er rusavhengige her heller.

## 2.3 Historien om Erlik

Tirsdag 28. juni 2005 dukket en ny type aktivitet og et nytt produkt opp i byrommet i Oslo. Forbipasserende i Oslo sentrum fikk for første gang anledning til å kjøpe et helt nytt magasin, =Oslo, solgt av personer som vanligvis ikke har en jobb, i ordets mest vante betydning. Siden da har det per august 2007 kommet ut 18 nummer av =Oslo. Rundt 450 selgere er registrert, og omtrent 150 av disse selger fast. Selgerne kjøper magasinene fra foreningen *Erlik* sitt salgslonale for 20 kroner og selger dem videre for 40 kroner på gata. Selgerne beholder selv overskuddet av salget.

### Etablering og utvikling

Da det første nummeret av =Oslo kom ut, hadde en liten redaksjon jobbet med prosjektet i flere måneder. Per Kristian Lomsdalen er daglig leder i Erlik og en av de tre som satte ideen om Erlik ut i live. Han forteller om hvordan Erlik kom i gang:

PK: Jeg møtte Vibeke [Omberg] i september 2004. Da hadde hun nettopp møtt Stian [Olderkjær] også. Hun fortalte om ideen sin, hva hun hadde tenkt. Hun hadde bodd i England og blitt inspirert av *The Big Issue* der. Hun hadde allerede lekt litt med designet til magasinet. Stian, Vibeke og jeg begynte å møtes en gang i uka, og hadde møter på kafé. Vi ble en redaksjon. Vi trengte også en som hadde mer kunnskap om skriving og fant Anlov [Mathiesen]. Etter hvert møttes vi oftere, vi begynte å tenke på hvordan vi skulle søke om penger og ordne alt det praktiske. I mars/april 2005 fikk vi vite at vi fikk penger.<sup>1</sup>

Lomsdalen forteller videre at bakgrunnen og motivasjonen for å starte Erlik var å gi de rusavhengige og hjemløse et arbeid og alternativ til tigging og prostitusjon, og samtidig inkludere dem i storsamfunnet. Inkluderingen foregår både ved at selgerne møter folk på gata når de selger, og gjennom at magasinet belyser hverdagen til de vanskeligstilte. I vedtektene til Erlik står det om formålet:

---

<sup>1</sup> Fra samtale med daglig leder Per Kristian Lomsdalen 16.11.2006

---

Foreningens formål er å utgi magasinet =Oslo, for å fremme engasjement og selvhjelp blant rusmisbrukere, hjemløse og sosialt utsatte som vil kunne selge magasinet på gaten i Oslo.

Å være de marginaliserte grupperes talerør og synliggjøre deres problemer. Magasinet skal være debattskapende og sette fokus på sosiale og samfunnsmessige forhold. Foreningen skal bestrebe seg på å gjøre magasinet økonomisk selvdrivet og eventuelt overskudd vil støtte nyskapende initiativer; aktivitet og kreativ stimulans. (Erlík 2005)

Formålet retter seg altså mot både selvhjelp for sosialt vanskeligstilte, og å synliggjøre deres problemer for resten av samfunnet. Erlík vil representere rusavhengige og hjemløse gjennom magasinet, og opplyse kjøpere om denne gruppen. Både de marginaliserte og resten av samfunnet – majoriteten – er slik målgruppe for prosjektet. Magasinet har en helt sentral plass, både som et produkt som skal selges og gi en inntekt og jobb, og som debattskapende og opplysende lesestoff for kjøperne.

For å komme i gang med salget, fikk de aller første selgerne fem magasiner gratis av Erlík som de kunne selge videre, siden mange ikke hadde startkapital å kjøpe magasinet for. Siden har selgerne måttet kjøpe magasinet for 20 kroner per stykk. Media hadde god dekning av lanseringen og utviklingen denne første sommeren, og stadig flere vanskeligstilte ønsket å selge magasinet. Sammen med oppslag i aviser og på TV, økte salget, og den første sommeren var salgshallene opp mot 70 000 solgte magasiner. Utover vinteren sank salget igjen, men har siden holdt seg relativt stabilt på rundt 40 000 av hvert nummer. Det første halvannet året kom magasinet ut hver sjette uke. I løpet av perioden mellom nyttegivelsene, har salget variert, og selgerne forteller at det har vært vanskelig å selge magasinet de siste to ukene i hver periode. For å gjøre noe med dette, forsøker Erlík nå å komme med et nytt nummer av magasinet hver fjerde uke.<sup>2</sup>

Erlík er en liten forening som består av kun en liten gruppe med faste ansatte. Rundt årsskiftet 2006/2007 var det seks lønnede medarbeidere, med alt fra ti prosents stilling til fulltidsjobb. I tillegg jobbet en sivilarbeider og tre personer på tiltak fra Aetat i Erlík på dette tidspunktet. Med så få ansatte, må foreningen også basere seg på en del frivillig innsats, både i forhold til skriftlige bidrag i magasinet og hjelp med distribusjon av magasiner til selgerne i salgslokalet. Det halvåret jeg hadde mest kontakt med foreningen, høsten 2006, var det

---

<sup>2</sup> Muntlige kilder: Anlov Mathiesen, redaktør, og Per Kristian Lomsdalen, daglig leder i Erlík. Sammen med observasjon på selgermøter og redaksjonsmøter, har disse gitt meg mye praktisk informasjon om etablering, utvikling og drift i foreningen. Store deler av dette kapitlet bygger på denne informasjonen.

---

stadig frivillige til stede. Noen hadde også praksis hos Erlik, som vernepleiestudenter, og jobbet der mer fast over en periode.

For å få driften til å gå rundt, er Erlik avhengig av økonomisk støtte utover de 20 kronene som selgerne betaler per magasin. Sosial- og helsedirektoratet, Rusmiddeletaten og Husbanken er blant bidragsgiverne. I tillegg har Erlik fått ekstrabevilgninger fra Stortinget.

Fram til høsten 2006 bestod styret i Erlik av de fire som startet foreningen, Vibeke Omberg, Per Kristian Lomsdalen, Stian Olderkjær og Anlov Mathiesen. Med unntak av Olderkjær, hadde alle disse aktive roller i den daglige driften av foreningen, med Omberg som redaktør fra starten av. Som Lomsdalen sa det: ”Dette viste seg å ikke være så smart, noe vi så da vi fikk samarbeidsproblemer. Styret skal derfor oppløses og det skal lages et nytt med eksterne folk.” Samarbeidsproblemene som Lomsdalen her viser til, var en personalkonflikt som pågikk en stund og som endte med at redaktør Vibeke Omberg ble oppsagt i september 2006. Anlov Mathiesen overtok da som redaktør, og var det mesteparten av perioden jeg var til stede. I slutten av mars 2007 fikk imidlertid Vibeke Omberg jobben som redaktør tilbake, som resultat av en retts sak som avgjorde at hun var urettmessig oppsagt. Rettsaken og konflikten i forkant, samt omorganiseringen som følge av både oppsigelsen og gjeninnsettelsen av Omberg, var utvilsomt en påkjenning for Erlik, særlig for de ansatte som ble direkte involvert. Men også selgerne ble påvirket, noe som kom fram under selgermøtene i denne perioden. Selgerne fortalte at de stadig ble konfrontert med saken av kjøpere som hadde fått med seg dette i media, og selgerne var bekymret for hvordan dette kunne svekke salget.

Som bakgrunn til å forstå hvordan foreningen er, hva som gjøres og hvordan, trengs en presentasjon av de ulike delene i driften. Erlik består i hovedsak av tre ulike deler: *redaksjonen* som står for innholdet i magasinene, *salgslokalet* som driver med distribusjonen av magasinene til selgerne, og *selgerne* som selger =Oslo på gata.

## Redaksjonen og tekstproduksjonen

Høsten 2006 bestod redaksjonen av 4-5 relativt faste redaksjonsmedlemmer. Et par av disse jobbet med journalistikk og skriving ved siden av =Oslo, mens andre jobbet i Erlik på heltid. I tillegg til den faste redaksjonen, var det en rekke frivillige bidragsytere i hvert nummer, noen hadde bare skrevet én gang, andre flere ganger. I tillegg til skribentene, hadde to ansatte ansvar for bilder og layout. Blant annet på grunn av konflikten i styret som førte til

---

ny redaktør, var redaksjonen preget av ustabilitet og forandringer. Likevel var det mulig å se et relativt fast mønster i forhold til tekstproduksjonsprosessen.

Redaksjonsmøtene ble stort sett holdt ukentlig, etter hvert også til en fast tid. Første redaksjonsmøte til et nummer, bestod gjerne av idémyldring rundt hvilket tema neste magasin skulle ha. Ofte hadde redaktøren eller noen av de andre allerede tenkt ut noen forslag som ble presentert, men også andre alternativer kom opp impulsivt. Når tema var blitt bestemt – enten ved kollektiv enighet eller ved at redaktøren tok en avgjørelse – ble forslag til konkrete saker diskutert. Etter nummerets første møte, ble noen saker bestemt, men mange ideer ble også hengende i lufta for videre utarbeidelse. Neste møte bestod derfor gjerne av en nærmere klargjøring av hvem som skulle skrive hva, og flere ideer ble presentert. Noen hadde begynt å skrive og kunne vise til begynnende utkast. Så snart alle hadde fått oppgaver og saker var fordelt, begynte en relativt selvstendig skriveperiode. Det var tilsynelatende stor enighet om vinkling av saker og skrivemåte, så møtene ble først og fremst brukt til forslag til nye ideer og fordeling av oppgaver. Sannsynligvis ble også sakene diskutert utenom møtene på tomannshånd, uten at dette kom til syne på redaksjonsmøtene.

Siden det er mye intervjuer i =Oslo, enten av selgere og rusavhengige, andre personer med tilknytning til rusmiljøet, eller kjendiser, ble det lagt ned en del arbeid i å finne aktuelle intervjuobjekter, og å møte disse. Som regel var en av fotografene med ut på oppdrag, og det virket som om det var et godt samarbeid mellom skribenter og fotografer. Fotografi og illustrasjoner er også en viktig del av magasinet, så fotografene var involvert i skriveprosessen.

Det var ingen åpenlys og fast arbeidsfordeling i blant skribentene, noe som ikke er så rart siden redaksjonen er såpass liten. Valg av saker og oppgaver ble stort sett bestemt etter hvem som hadde lyst til hva, virket det som. Redaktøren var den som utpekte seg mest med en egen rolle, i tillegg til fotografene, og hadde også ansvaret med å få inn bidrag utenfra og å redigere disse.

## Salgslokalet og distribusjon

Salgslokalet er skilt fra redaksjons- og møtelokalet, men begge steder ligger i Kirkegata i Oslo. Plasseringen er sentral og ligger nær områder med mye narkotikaomsetning og prostitusjon i Oslo. Slik er nok beliggenheten beleilig for mange av selgerne som holder til i

---

dette miljøet, samtidig som det er kort vei til Karl Johansgate som de fleste selgerne konsentrer salget sitt rundt.

I salgslokalet blir magasiner solgt til selgerne, men kontoret fungerer også som et møtested hvor selgerne setter seg ned og snakker, varmer seg eller får hjelp av de ansatte med praktiske ting. Kontoret har åpent fra kl 10:00-15:45, og denne åpningstiden må selgerne forholde seg til. Lokalet er lite, med to sofaer og en disk. En eller to ansatte tar i mot betaling fra selgerne og finner fram magasiner fra lageret. Flere frivillige hjelper til med dette arbeidet, i kortere eller lengre perioder. Selgerne har sjelden adresse eller telefonnummer, så salgslokalet blir også arena for utveksling av viktig informasjon om salget, om steder man ikke kan selge, om oppførsel eller klager som har kommet inn, eller om møter som skal holdes hvor selgerne er invitert.

Mens jeg en dag satt i salgslokalet og ventet på en av de ansatte, kom flere selgere innom og snakket om stort og smått. Det regnet den dagen, så et av samtaleemnene var hvor vanskelig det var å få solgt magasinet når det var kaldt og surt for både kjøpere og selgere. Et samboerpar hvor begge var selgere, kom også innom. De fikk byttet inn et par gamle magasiner mot et par nye som var lettere å selge, og fortalte at de var blitt kastet ut av boligen sin kvelden før. Fortvilelsen var stor og de visste ikke hva de skulle gjøre videre. Hun som jobbet i lokalet, lot dem få låne telefonen for å ringe til sosialkontoret. Slik løste situasjonen seg, i hvert fall midlertidig, og salgslokalets mange tilleggsfunksjoner kom til syne.

## Selgerne og selgermøtene

For å være selger av =Oslo må man regne seg selv som vanskeligstilt, det er ikke andre betingelser. Som daglig leder i Erlik, Per Kristian Lomsdalen påpeker: for å være selger, må du føle deg som en =Oslo-selger, som en som passer inn i gruppen som selgerne utgjør. I praksis innebærer dette at de aller fleste er enten hjemløse eller rusavhengige, gjerne begge deler, eller er sosialklienter av andre grunner. De aller fleste er arbeidsledige, uten annen inntekt enn støtte fra sosialkontoret, tigging og strøjobber. Selgerjobben kan derfor for mange gi et sårt trengt økonomisk tilskudd.

Det er altså ikke så mange krav til hvem som kan være selger. Derimot setter Erlik noen betingelser for selgerens oppførsel mens de selger. Indirekte, innebærer selgerjobben at man må ha en økonomi som er ryddig nok til at man klarer å sette av penger til å kjøpe nye

---

magasiner. I tillegg krever Erlik at man er *relativt* rusfri og oppfører seg ordentlig. I dette ligger det ingen moralsk holdning, men et hensyn til kjøpere og salgspotensialet. Per Kristian Lomsdalen utdyper:

Andre land stiller strengere krav til selgerne om å være rusfri. Men her i Oslo er mange avhengig av heroin, og da kan man ikke fungere uten. Dermed går et ikke an å kreve av dem at de må være rusfrie. Men, det er snakk om å skille mellom det å være "frisk" [å sette en injeksjon kun for å holde abstinensene unna, også kalt "friskmelding"] og det å være rusa. Men selvfølgelig har vi ikke kontroll med selgeren annet enn når de er innom kontoret. Vi prøver bevisst å ikke straffe. Jeg sier heller til dem: "Det er dumt å selge når du er såpass rusa som du er nå, det går utover kontakten med kundene". Jeg sier det direkte, prøver å påpeke konsekvensene, bevisstgjøre dem om hvordan de er når de er rusa. (...) Poenget er at jeg vil forklare dem hvor uheldig det er å være veldig rusa når du skal selge magasiner. (...) Men samtidig er jo også rusen noe av det vi vil vise fram, vi vil ikke late som at selgerne er friske og uten problemer, det er jo litt av vitsen.<sup>3</sup>

De mest sentrale salgsområdene er sentrert rundt Karl Johansgate, mellom Nationaltheatret og Jernbanetorget, med Grensen, Stortorget og Youngstorget som nærliggende områder. De fleste selgerne står oppreist eller går rundt og spør forbi passerede om de vil kjøpe =Oslo, eller "oslomagasinet", som noen også kaller det. Noen av selgerne har faste plasser – på grunn av enkelte konflikter blant selgere i begynnelsen om de beste plassene, satte Erlik opp en oversikt over hvem som hadde førsterett på bestemte steder, som henger i salgslokalet. Enkelte selgere har fått til avtaler med kjøpesentre om å få selge innendørs, men som hovedregel skal selgerne holde seg unna butikklokaler og sentre.

Det er stor forskjell på hvor fast =Oslo-selgerne selger magasinet. Noen har det som en daglig aktivitet, som en jobb de drar på hver dag og som skaffer dem en jevn inntekt og noe å stå opp for. Disse forteller gjerne at de ruser seg mindre, rett og slett fordi de har andre ting å tenke på nå, og at jobben får dem på andre tanker. Majoriteten av selgerne selger imidlertid mer sporadisk, som når de har brukt opp trygden eller når et nytt, og dermed mer salgbart, nummer av magasinet har kommet ut.

Det er også stor variasjon i engasjementet for innholdet i magasinet blant selgerne. Selv om magasinet skal representere denne gruppen, er det kun et fåtall som skriver noe selv. Det er i hovedsak gjennom intervjuer at selgernes stemme kommer fram i magasinet. Noen få deltar likevel mer aktivt; et par selgere skriver dikt som trykkes i magasinet, en annen

---

<sup>3</sup> Fra samtale med daglig leder Per Kristian Lomsdalen 16.11.2006



---

samarbeider med en i redaksjonen om å fortelle sin historie, og noen bidrar til spalten ”På gateplan”. Her har de vanskeligstilte sjansen til å si sin mening om politikk, behandling og samfunnet generelt. Høsten 2006 ble det også arrangert ”kreative kvelder” hvor selgerne kunne komme og få hjelp med skriving. Noen tekster kom på trykk etter dette, men det var generelt et problem å få de samme selgerne til å møte opp fast for å fullføre påbegynte tekster. Lomsdalen forklarer:

Noen selgere ønsker å skrive selv. Vi har arrangert kreative kvelder som vi ønsker å fortsette med, men vi trenger litt ro nå [på grunn av personalkonflikten]. Men på sikt vil vi fortsette med skrivekursene. En av selgerne som var på kurset, dukket opp og sa: ”Jeg har noe å skrive om”. Men mange av selgerne har lite tid til skriving. Med det livet de har, er det ikke lett å prioritere det. Sånn sett er det mer praktisk hvis vi går ut og lager et intervju og portretterer dem.<sup>4</sup>

En ettermiddag i uka er det selgermøter hos Erlik. Da kan selgerne komme og få litt mat og ta opp problemer eller stille spørsmål i forbindelse med salgsjobben. Møtet blir ledet av en av de ansatte, gjerne daglig leder, men også andre ansatte er der og svarer på spørsmål, serverer mat og deltar i diskusjonen. På selgermøter der jeg var til stede, var det mellom åtte og tolv selgere, noen gikk litt til og fra, men de fleste var der under hele møtet. En del av selgerne engasjerte seg, hadde mange spørsmål og deltok aktivt i debatter som kom opp. Andre var betydelig slappere, noen sovnet under møtet og var tydelig rusa.

I løpet av høsten skjedde det en del forandringer i foreningen på grunn av den nevnte personalkonflikten. Saker i forbindelse med disse forandringene var tema på møtene og opptok selgerne. Et illustrerende eksempel var da en av selgerne på et møte i november 2006 fortalte at han hadde opplevd at flere magasinkjøpere spurte han om situasjonen i foreningen, i forbindelse med oppsigelsen av redaktøren. Dagen i forveien hadde det vært et innslag om konflikten på Østlandssendingen på NRK, og flere kjøpere hadde sett dette og ville ha denne selgerens versjon og syn på saken. Selgeren syntes imidlertid det var problematisk å svare på spørsmål om dette, og ville derfor forhøre seg på møtet om hva han skulle svare. De ansatte tok spørsmålet alvorlig, og informerte alle om situasjonen og leste opp pressemeldingen som var sendt ut i forbindelse med saken. Siden dette var en personalsak, kunne ikke de ansatte gå i detalj om hva som hadde skjedd, men la vekt på hvordan selgerne ville merke endringene.

---

<sup>4</sup> Fra samtale med daglig leder Per Kristian Lomsdalen 16.11.2006.

Andre og mindre konfliktfylte saker var ellers mer vanlig på disse møtene. For eksempel ble det ivrig diskutert hva en overgang fra utgivelser hver sjettede uke til hver fjerde uke ville bety. I dette spørsmålet engasjerte selgerne seg, og kom med mange innspill og argumenter. Andre typiske saker, var diskusjoner om salgskontorets åpningstid, muligheten for å kjøpe magasiner i helgene, og hvor mange magasiner man burde få kjøpe om gangen.

Selgermøtene er Erliks tilbud til selgerne hvor de kan få komme til orde, og slik representerer møtene et demokratisk innslag i foreningen. Likevel, med kun et fåtall av selgerne til stede på disse møtene, blir selgernes innflytelse på Erlik minimal. Når de vanskeligstilte samtidig bidrar lite med tekster i magasinet, blir det opp til redaksjon og ledelse å bestemme hvordan den gruppen som Erlik skal representere blir presentert og framstilt. Mye makt og ansvar ligger dermed i toppen av foreningen. Man kan spørre seg hvorfor selgerne deltar så lite. Som Lomsdalen sa (se sitatet om skrivekursene over), kan grunnen være at selgerne ikke har tid eller krefter til å prioritere denne typen aktivitet. I tillegg kan muligens den fraværende deltakelsen peke på ulike formål med Erliks prosjekt – kanskje er det viktigste for selgerne at de har en inntektsgivende kilde, mens det idealistiske budskapet som innholdet i magasinet representerer, først og fremst er initiativtakernes formål? Noe av dette vil være i fokus i oppgaven; magasinet framstilling av de rusavhengige blir presentert i tekst- og bildeanalysen i kapittel 5, mens mer generelle tanker om ulike sider ved prosjektet til Erlik blir drøftet i kapittel 6.

### **3. METODE OG TEORETISK INNFALLSVINKEL**

Oppgavens metode er kvalitativ. Valg av framgangsmåte har i stor grad gitt seg selv, med tanke på hovedspørsmål og egenskaper ved Erlik og magasinet. Ettersom tekstene i magasinet er en sentral del av oppgavens fokus, i forhold til hvordan de rusavhengige og deres situasjon blir framstilt, har en tekstanalyse fått stor plass. Framgangsmåten i denne har i stor grad vært styrt av datamaterialet, og analysekategoriene har kommet fram underveis som tekstene ble lest og annen litteratur inspirerte til sammenlikning. Valg av fokus på fortellinger og roller, ble tatt etter at en del tendenser i magasinet kom til syne. En interesse for semiotikk, symboler og språkstrukturer, har helt sikkert også spilt en rolle i dette valget siden det har vært nærliggende å knytte tendensene i tekstene til tidligere lært kunnskap og interessefelt. Andre typer tekstanalyser kunne gitt andre funn og belyst andre problemstillinger, men for å kunne se trekk ved magasinets tekster og hvordan disse formidlet tanker om fortid og framtid, falt det naturlig i denne sammenheng å ha et tidsforløp som utgangspunkt, slik en narrativ analyse legger opp til.

Datamaterialet mitt består også av en rekke observasjonsnotater og referater fra samtaler jeg har hatt med ansatte og selgere i Erlik. Disse er ikke tatt med i tekstanalysen, men er brukt som dokumentasjon av driften til foreningen, og som bakgrunnsmateriale for en drøfting av hva slags prosjekt Erlik er. Til dette har kjennskap til tekstproduksjonen, selgerjobben og samtaler med ansatte om formål og utvikling vært helt sentralt.

#### **3.1 Datamaterialet**

Datamaterialet i oppgaven består av alle =Oslo-magasinene som kom ut fra første utgivelse i juni 2005 til utgangen av 2006. I dette tidsrommet kom det tolv nummer av =Oslo. I tillegg kommer elleve feltobservasjoner, gjort på redaksjonsmøter og selgermøter, og samtaler som jeg har hatt med selgere og ansatte i foreningen.

##### **Magasinet**

De tolv magasinene som kom ut mellom sommeren 2005 og desember 2006 gjennomgikk en del innholdsmessige endringer, naturlig nok siden magasinet i dette tidsrommet beveget seg fra å være noe helt nytt til å bli et mer etablert magasin. Dessuten var det høsten 2006 et

redaktørbytte som endret noe på den innholdsmessige siden. Likevel er det mange fellestrekk som er bevart gjennom hele perioden.



Foto: Dimitri Koutsomytis og Jasenco Sivonjic, =Oslo nr 2 og 4

Magasinet har et særegent utseende. Formatet er stort, litt større enn A4, og innholdet er preget av store portretter av selgere og intervjuobjekter. Sideantallet ligger stort sett et sted mellom 50 og 70 sider. Hver utgave av magasinet har et overordnet tema som diskuteres i en del av tekstene. Intervjuer av =Oslo-selgere er også et fast innslag, og etter hvert er det etablert en spalte hvor rusavhengige eller andre vanskeligstilte selv skriver ("På gateplan"). Ellers er portrettintervjuer av personer med erfaring innenfor rusmiljøet, skildringer av ulike bydeler i Oslo, dikt og faktaartikler typiske innslag i magasinene.

For å få en oversikt og å kunne se et mønster i innholdet i magasinene, har jeg sett det som nødvendig å gjøre en avgrensning. Jeg har derfor konsentrert meg om et utvalg av tekster som jeg mener best kan si noe om det Erlik representerer. Dette innebærer at alt av reisereportasjer, rene faktaartikler, temasaker (hvor tema ikke er spesielt knyttet til rusavhengighet eller marginalisering) er sett bort ifra. Den ene teksttypen jeg har valgt å fokusere på, er tekster som kommenterer hvordan samfunnet er – en slags samfunnsdiagnose – sett fra Erliks ståsted. Dette er tekster som er skrevet av folk som jobber med magasinet, de

---

fleste i redaksjonen som faste skribenter, og noen få skrevet av selgerne. Jeg har plukket ut 36 slike tekster.

Den andre hovedkategorien med tekster er selgerintervjuene, altså intervjuer av personer som selger =Oslo. Dette er stort sett narkotikabrukere som er avhengig av heroin eller andre narkotiske stoffer. I hvilken grad og hva slags stoff de er avhengig av, er ikke så relevant, og nevnes heller ikke alltid i intervjuene. Det sentrale poenget er at de er representanter for den gruppen som Erlik skal representere, nemlig rusavhengige, hjemløse og sosialt vanskeligstilte. I løpet av de tolv første numrene var det atten slike selgerintervjuer.

Sammen med hvert selgerintervju er det et helsides nærbilde av den intervjuede. Disse store fotografiene gir visuelle inntrykk av selgeren som teksten ikke kan formidle på samme måte. Fotografiene er tatt i samme særegne stil i alle numrene, en stil som er preget av naturlig lys og farger, og nærhet til objektet. Fotografi og intervju gir til sammen et sterkt portrett av selgeren som står som en representasjon på gruppen som Erlik representerer. Fotografiene inngår derfor også som datamateriale.

## Samtaler og observasjon

I tillegg til tekstanalysen, har jeg gjort en rekke observasjoner for å bli mer kjent med Erlik og prosjektet. I løpet av høsten 2006 deltok jeg på redaksjonsmøter med redaksjonen i =Oslo for å se hvordan tekstproduksjonen der foregår, hvilke tema som diskuteres og hvordan skribentene tenker om rusproblematikk. Jeg var også til stede på selgermøter hvor magasinselgerne møtes og snakker om erfaringer fra salgsjobben, tar opp aktuelle problemer som har dukket opp, og får informasjon fra styret og administrasjonen. Under observasjonene fikk jeg mye praktisk informasjon om hvordan foreningen fungerer og innblikk i hvordan de ulike delene i foreningen jobber til daglig, både skribenter, de som jobber på salgskontoret og selgerne.

Med unntak av en litt vanskelig periode i foreningen, som endte med det tidligere nevnte redaktørbyttet, har det vært lett å holde kontakten med Erlik og redaksjonen. Daglig leder, og en av initiativtakerne, Per Kristian Lomsdalen, hjalp meg tidlig med å få en fot innenfor, og jeg fikk lov til å være med på det meste jeg ville. Siden mye av arbeidet i Erlik er basert på innsats fra frivillige, ble jeg raskt spurt om jeg kunne tenke meg å gjøre noe, og jeg fant fort ut at det var en fordel også for meg å ha en oppgave. Å sitte og observere uten å

---

ha en annen rolle enn observatør, slik jeg gjorde under redaksjonsmøtene, følte fort påtatt. Derfor tilbød jeg meg å hjelpe til med korrekturlesing, og å sammenfatte en spørreundersøkelse som kjøpere av magasinet hadde returnert uten at noen hadde tid til å gå igjennom svarene. Disse oppgavene ga meg begrenset med direkte datamateriale, men det gjorde det mer naturlig for meg å være til stede, jeg ble oftere informert om møter, og samtaler kunne lettere innledes med folk i lokalet.

Min tilstedeværelse har vært helt nødvendige for å bli kjent med Erlik som prosjekt, de ulike delene i foreningen og deres gjøremål. Jeg har fått tilgang på informasjon som ellers hadde vært mer utilgjengelig, som vedtekter og årsberetninger. Samtaler med initiativtakerne har gjort det mulig for meg å få innsikt i hvordan Erlik oppstod og ble etablert, hva slags vanskeligheter foreningen har gjennomgått og hvilke erfaringer de har gjort seg underveis. Dermed har jeg kunnet plassere dagens drift i en historie og kontekst. Selgermøtene har gitt meg en unik mulighet til å høre hvilke tanker selgerne har om selgerjobben, magasinet og prosjektet. Deres daglige utfordringer er tema på møtene, i tillegg til at deres relasjon til ledelsen og driften kommer fram. Også redaksjonsmøtene har vært nyttige, både fordi det har vært interessant å se hvordan tekstene som jeg analyserer har blitt framtilt, og fordi dette er møter hvor foreningens ideologi kommer til syne gjennom tema som diskuteres.

Observasjonene og samtalene hos Erlik har først og fremst blitt brukt som datamateriale i kapittel 2, i "Historien om Erlik". I tillegg inngår erfaringene hos Erlik som datamateriale i kapittel 6, "Forretning eller veldedighet?", der innsyn i hvordan redaksjon og selgere jobber har bidratt til at jeg har kunnet knytte Erlik til trekk som likner både forretningsdrift og veldedighet. Det er altså ikke gjort noen systematisk analyse av observasjonene, men de har vært helt nødvendige for å kunne dokumentere foreningens drift og virksomhet. Dessuten har erfaringene inspirert til nye spørsmål om hva fenomenet gatemagasiner er, noe som vises best i kapittel 6.

Jeg avsluttet all datainnsamling i desember 2006. Jeg anså da datamaterialet som stort nok og ønsket å kunne konsentrere meg om analysen og skriveingen. Jeg har likevel fortsatt å ha noe kontakt med de ansatte i Erlik for å kunne følge med på utviklingen i foreningen.

## **3.2 Metode og utfordringer**

Hovedanalysen i oppgaven er en narrativ analyse av utvalgte tekster i =Oslo-magasinet, som presenteres i kapittel 5, "Magasinets strategi og fortelling". I en narrativ analyse er tidsdimensjonen sentral og helt vesentlig. I folks bevissthet organiseres hendelser i et forløp

med fortid, nåtid og framtid. Tidslinjen skaper slik en sammenheng mellom hendelser og gir dem mening. En narrativ analyse innebærer å fortolke hvordan informantene forstår denne sammenhengen mellom hendelser som han eller hun har opplevd, ved at informantens beskrivelse av rekkefølgen av hendelser er i fokus (Thagaard 2002: 119). Strukturen, eller mønstret i det som fortelles, kan si noe om hvordan informanten forstår situasjonen som det fortelles om, og hvordan han eller hun ønsker å presentere seg selv og situasjonen overfor intervjueren.

I analysen av =Oslo har jeg brukt narrativ og fortellinger som utgangspunkt, i og med at jeg har villet se på hvordan Erlik framstiller rusavhengige gjennom magasinet sitt, og at tekstene snakker om rusavhengighet i forhold til et tidsforløp; tekstene forteller om hvorfor noen blir avhengige, hva som ledet til dette, hvordan det er å være rusavhengig og hjemløs i dag i Oslo, og det formidles tanker om framtiden. Jeg har derfor sett etter hvordan de utvalgte tekstene snakker om samfunnet og rusavhengighet i forhold til fortid, nåtid og framtid.

I forhold til tekstanalysen, har ikke beskyttelse av informantene i form av anonymitet vært nødvendig. Alle tekstene er publisert med fullt navn på både forfattere og intervjuobjekter, og har slik vært offentlig tilgjengelig. Jeg har likevel ikke skilt de ulike forfatterne fra hverandre (se avsnitt om avsender og adressent under) eller lagt vekt på hva intervjuobjekter heter, annet enn der dette har vært et poeng i analysen eller sitatet inneholder navnet. I kapitler der jeg har brukt sitater fra observasjoner har jeg selvfølgelig anonymisert informantene, mens uttalelser fra de ansatte står med fullt navn, i og med at disse har vært fullt klar over min rolle og formål, og at deres stilling i Erlik er kjent. Det er dessuten som representanter for foreningen at de har blitt intervjuet. Kravet om anonymitet har altså ikke bydd på problemer. Imidlertid, har det vært andre utfordringer knyttet til analysen, først og fremst i forhold til at rusavhengige allerede er en stigmatisert gruppe, og at foreningen og magasinet har vært under stadig forandring.

## Tekst som analyseobjekt

Å ha tekst som analyseobjekt innebærer å tolke allerede fortolket materiale. Tekstene som står i =Oslo er basert på forfatterens tolkning og opplevelse, og når det gjelder selgerintervjuene er de resultater av både selgerens selvforståelse og vokabular, og forfatterens tolkning av selgerens utsagn. Det som fortelles i tekstene kan ses i sammenheng

---

med kulturen som informanten er en del av, og man kan se hvordan kjente kulturelle forestillinger brukes. I oppgaven blir tekstene derfor ikke bare behandlet som objektive utlegninger om praksis – om hva som har skjedd og hvordan noe er eller har vært – men også som et uttrykk for hvordan språket kan brukes strategisk og kreativt av den enkelte i en kultur (Thagaard 2002: kapittel 6).

Språket og den språklige strukturen i det som det fortelles om i tekstene, er altså viktig i oppgaven. Dette fokuset finner man igjen i semiotikken, der tanker om hvordan betegnelser og symboler har mening i relasjon til andre, står sentralt. Her skiller man mellom tegnet og tegnets meningsinnhold – kalt *signifier* og *signified* (Thwaites, Davis og Mules 2002: 31). Semiotikken har røtter innenfor lingvistikk og språkvitenskap, med Ferdinand de Saussure og strukturalismen som utgangspunkt. Her ses språket som et system eller en struktur der alle tegn er ordnet i forhold til hverandre. En grunntanke er at forholdet mellom språk og virkelighet er arbitrært, eller vilkårlig, det vil si at tegn kun får mening gjennom sosiale konvensjoner og dets forskjellighet fra andre tegn (Jørgensen og Phillips 1999: 18-19). Mens de Saussure og strukturalismen har fokusert på språket som en fast struktur, har nyere og mer poststrukturalistisk retning vektlagt det sosiale aspektet ved språkbruk og språket ses som dynamisk og foranderlig, framfor som en fast struktur (Jørgensen og Phillips 1999: 20; Thwaites m.fl. 2002: kapittel 2). En narrativ analyse av tekster og intervjuer innebærer på samme måte en forståelse av språket som en struktur, men en struktur som kan brukes kreativt. Kjente kulturelle fortellinger ligger som strukturer i våre felles forestillinger om forløp. Disse strukturene kan den enkelte bruke strategisk, for å formidle og skape mening i eget eller andres liv og situasjoner (se også ”narrativ og fortellinger” senere i dette kapitlet).

Tekstene som analyseres omhandler faktiske liv og personer med individuelle historier. Det som fortelles om i selgerintervjuene er opplevd og ektefølt. I analysen blir dette imidlertid forenklet og generalisert, for at det skal kunne gå an å se et mønster i tekstene. Videre kan det virke kynisk å påstå at personene som forteller sin historie, er strategiske med tanke på hvordan de plasserer seg i en fortelling, særlig fordi dette i mange tilfeller handler om personer med triste skjebner. Det bør derfor presiseres at det strategiske ved bruk av språk og fortellinger er ment å vise hvordan språk kan brukes kreativt og hvordan den enkelte har kulturell kunnskap om hvilken mening som ligger i de språklige strukturene.

Det at man i det hele tatt kan snakke om språklige strukturer som kan ses i individuell språkbruk, viser at mye mening er fastlagt, i hvert fall midlertidig, og til en viss grad er



---

naturalisert. I dette ligger det mye ideologi, i og med at det ikke stilles spørsmål til definisjoner og vante betydninger. En narrativ analyse kan være med å avdekke hvilke meninger som er naturaliserte og som det ikke stilles spørsmål ved. I dette – i bevisstheten om det naturaliserte – ligger det et potensial for sosial endring. Selv om en narrativ analyse generaliserer og kan virke kynisk overfor det enkelte individ og den enkeltes skjebne, kan derfor en analyse av tekst og språkbruk være viktig idet resultatene kan åpne for meningsforandring, som igjen kan føre til en forbedring for individene det gjelder, i dette tilfellet de rusavhengige og hjemløse.

En som er opptatt av hvordan tekst og sosial endring gjensidig påvirker hverandre, er Norman Fairclough. I sin diskursteori, ser han språkbruk som skapende for verden. Han skriver: “Discourse is a practice not just of representing the world, but of signifying the world, constituting and constructing the world in meaning” (Fairclough 2006: 64). Både for Fairclough og for andre diskursanalytikere er det et mål for analysen å avdekke ideologi og hegemoniske krefter i et samfunn. Slik kan diskursanalyse – og tekstanalyse mer generelt – ses på som en avslørende analysemetode. Thwaites, Davis og Mules (2002) påpeker noe liknende ved å vise hvordan tekstanalyse kan avdekke sosiale myter og mening som ligger i tegn og symboler:

Tekstanalyse: tegn – konnotasjoner og koder – denotasjon – myter

Med utgangspunkt i at alle tegn kan ha flere meninger, det vil si flere konnotasjoner (eller *signifieds*), og at disse er styrt av sosiale koder, ser tekstanalytikere på hvordan konkrete tegn får stabilisert (denotativ) og mytisk mening (Thwaites m.fl. 2002: 84-86).

Tekstanalyse har altså ofte fokus på språklige strukturer, og kan dermed lett overse individet som aktør. Jeg håper imidlertid at et fokus på det kreative og det foranderlige ved språkbruk, til en viss grad tar vare på individet i analysen. Som Fairclough (2006) vektlegger, påvirker mikro- og makronivåer hverandre gjensidig, og først med et fokus på både strukturer og på hvordan disse brukes i praksis, får man fram de komplekse og mangesidige relasjonene mellom dimensjonene.

### Avsender og adressent – en avklaring

Tekstene i magasinet er skrevet av mange forskjellige personer. Av de 36 kommentartekstene er hovedmengden skrevet av sju ulike skribenter, men også sju selgere

---

har bidratt, og tre tekster er skrevet i samarbeid mellom et redaksjonsmedlem og en selger. De atten selgerintervjuene er skrevet av totalt tolv ulike forfattere. At det er så mange ulike personer som har skrevet tekstene, kan være problematisk i forhold til å se et mønster og å analysere fram en del meninger som kan kalles Erlik sine. Det er selvfølgelig en del unntak og forskjeller, men likevel mener jeg å kunne se fellestrekk ved tekstene. Dette gjelder spesielt meningene som formidles i kommentartekstene om trekk ved samfunnet, og det gjelder strukturen i selgerintervjuene.

På møtene hos Erlik som jeg var til stede på i løpet av høsten 2006 så jeg etter diskusjoner og uenigheter rundt hvordan samfunnet og selgerne skal bli framstilt, uten å finne dette. Mange bestemmelser tas utenom møtene, særlig i redigeringen av tekstene og gjennom samtaler som jeg ikke har vært innlemmet i. Jeg spurte derfor daværende redaktør Anlov Mathiesen om det var mye diskusjon rundt hvordan selgerne skulle presenteres, og om skribenter fikk noen slags instruks om vinkling, ettersom en del trekk går igjen. Svaret jeg fikk på dette var:

Selgerportrettene har ofte et positivt fokus, som innebærer å nettopp belyse ressurser og interesser som går ut over rusbruk og tragedie. Dette er og har vært helt bevisst, for å forsøke å forandre folks oppfatning av nevnte gruppe. Samtidig liker vi å la skribentene leke litt med formen, for å finne en viss variasjon.<sup>5</sup>

En bevissthet om hva som belyses i intervjuene, og hvordan selgerne framstilles, er altså til stede. Men siden jeg har sett lite til diskusjoner om dette, har jeg inntrykk av at det er en felles, stille enighet blant dem som skriver i =Oslo. Denne enigheten skyldes nok for det første en bevissthet blant alle som skriver om hva som er Erliks målsetning og formål, og for det andre at det er personer med sammenfallende meninger og syn på samfunnet som velger å skrive for magasinet. Det er heller ikke utenkelig at vinkling og skrivemåte har vært et tema i oppstarten av magasinet, men at det etter hvert har utviklet seg en enighet, slik at dette ikke lenger diskuteres i stor grad.

Det er dessuten *adressenten*, ikke den faktiske avsender, som er mitt fokus. Adressenten er den konstruerte avsenderen i teksten, hvor teksten sier den kommer fra. Tekstene konstruerer også en adressat, altså en forestilt mottaker av tekstene, og det er i et (forestilt) samspill mellom adressenten og adressaten at innholdet i tekstene formes av de faktiske avsenderne. Gjennom teksten skapes et bånd mellom adressent og adressat; gjennom

---

<sup>5</sup> Redaktør Anlov Mathiesen, pr. e-post 20.11.2006.

---

utvekslingen av tegn etableres et fellesskap blant dem som forstår kodene teksten formidler, mens andre ekskluderes (Thwaites m.fl. 2002: kapittel 1).

Siden fokuset mitt her er å se etter et mønster i magasinet, regner jeg altså =Oslo, det vil si magasinet som helhet, som adressenten. Jeg skiller altså ikke mellom de ulike tekstforfatterne, selv om disse står oppgitt med navn i magasinet.<sup>6</sup>

## Hvordan studere noe i stadig forandring?

Kanskje særlig fordi Erlik er en så ny forening, og hele konseptet er relativt nytt i Norge, er både magasinet og foreningen i stadig endring og utvikling. Salgsstall har variert fra utgave til utgave, avhengig av hvor mye omtale det har vært i pressen for eksempel, redaktør i magasinet og styret er byttet ut, og retningslinjer for selgerne har blitt endret etter hvert som både selgere og salgskontoret har gjort seg erfaringer om hva som er mest hensiktsmessig.

Dynamikken gjør det vanskelig å slå fast at *sånn er Erlik*, eller *strukturen i magasinet er slik og redaksjonen jobber på denne måten*. Dette medfører at det jeg sier om for eksempel innholdet i tekstene og kategoriene jeg velger, nettopp sier noe om tendensene, og om tendenser som gjelder det første halvannet året til Erlik. Samtidig har dynamikken gjort det mer spennende å følge prosjektet, i og med at endringene viser hvordan kontekst og handlingsrammer henger sammen og påvirker hverandre gjensidig.

Siden magasinet og prosjektet har vært nytt i Oslo, har Erlik fått mye oppmerksomhet i media. Stadige avisartikler, intervjuer og deltakelse i debattprogrammer, har gjort tema for oppgaven veldig dagsaktuelt og har gitt innspill til nye vinklinger og momenter underveis i skriveprosessen. Samtidig har alle medieoppslagene også gjort det nødvendig med en avgrensing. Jeg har fulgt med i media, men har ikke kunnet la meg engasjere av alle de nye spørsmålene som etter hvert har blitt problematisert av andre.

## Den rusavhengige som representasjon

Rusavhengige og sosialt vanskeligstilte personer er fra før en sårbar gruppe. Som en minoritet er de på mange måter marginalisert og stigmatisert av storsamfunnet, og

---

<sup>6</sup> Forfatternavn kan imidlertid ses i referanselisten hvor alle sitater er oppført.

---

beskrivelser og omtaler av disse bør derfor gjøres med dette i tankene (NESH 2006: 22). Videre er analysen et resultat av *min* fortolkning av rusavhengiges selvforståelse, og dermed en dobbel hermeneutikk (Thagaard 2002: 128). Der tekstforfatterne har lagt inn sin tolkning av selgernes utsagn, er det til og med snakk om en trippel hermeneutikk; min tolkning er basert på forfatterens tolkning av informanters selvforståelse.

En analyse vil alltid være en fortolkning, og en fortolkning som er basert på avgrensning og generalisering. Alt kan aldri tas med og man kan ikke sikre seg mot at tolkningen bryter med informantenes egen oppfatning, bare ta de hensyn som er åpenbare. Samtidig mener jeg det er viktig at noen faktisk beskriver de rusavhengige og deres situasjon, en unnlattelse av dette vil ikke bidra til forbedring eller økt inkludering i samfunnet. Jeg har forsøkt å ta hensyn til gruppens sårbarhet og min forenklete fortelling om disse, ved å legge vekt på alternative forståelser og vise hvordan språket kan brukes til sosial endring. Ved å peke på ulike roller som de rusavhengige kan ha i ulike fortellinger, håper jeg at det kommer fram at heller ikke min meningsdefinisjon er absolutt og endelig.

I oppgaven har jeg valgt å holde meg til betegnelsen ”rusavhengig” når jeg omtaler personer som er avhengige av narkotiske stoffer. Det finnes imidlertid andre betegnelser som blir brukt om denne gruppen, og som jeg kunne ha valgt. Det snakkes ofte om ”rusmisbrukere” eller ”narkomane” – betegnelser som også brukes av de rusavhengige selv. Noen steder brukes også ”rusmiddelavhengig”, ”rusbruker” eller ”narkotikabruker”. For ikke å skape forvirring ved å bruke flere ulike betegnelser om den samme gruppen, har jeg valgt ett av disse alternativene. *Rusmisbruk* er negativt ladet, og *narkoman* brukes ofte stigmatiserende om de mest synlige brukerne. I forhold til *rus-* eller *narkotikabruker*, mener jeg at avhengigheten til stoffet forsvinner idet betegnelsene kan omhandle alle som bruker stoffer, enten de er avhengige eller ikke. I denne oppgavens sammenheng, er avhengigheten en sentral del av de beskrevne menneskenes hverdag. Jeg har derfor kommet til at ”rusavhengig” er den mest dekkende betegnelsen, som tar vare på avhengighetsaspektet, samtidig som det forhåpentligvis ikke er like stigmatiserende som ”narkoman” og ”rusmisbruker”.

### 3.3 Analyseverktøy

Tre begrepssett, eller teoretiske inspirasjonskilder, står sentralt i oppgaven: begrepene narrativ og fortellinger, hvor tidsdimensjonen står sentralt, litteratur om visuell kommunikasjon og fotografi, og forståelse av situasjoner og aktivitetssystemer. Mens

---

narrativ, fortellinger og begreper fra visuell kommunikasjon først og fremst er brukt i tekstanalysen (kapittel 5), er situasjoner og systemer fokus i kapittel 6 hvor Erlik drøftes mer generelt i forhold til forretning og veldedighet. Felles for alle disse analyseverktøyene, er at det handler om strategi og virkemidler i kommunikasjon mellom mennesker. Fortellinger, ulike visuelle virkemidler og aktivitetssystemer forutsetter alle at det eksisterer en del normative forestillinger som er felles i en kultur. Disse blir utgangspunkt for uttrykk og for samhandling.

## Narrativ og fortellinger

Et narrativ er en tekst som er strukturert etter et tidsforløp, med hendelser som grunnelementer (Thwaites, m.fl. 2002: 123). Hendelsene har en dynamisk funksjon, idet de endrer situasjonen og setter narrativets tempo: hendelser åpner opp for nye alternativer, handlingsmuligheter eller handlingsbegrensninger, og skaper spenning mellom balanse og ubalanse, stabilitet og uro i narrativet.

Ivar Frønes (2003) bruker betegnelsen *fortellinger* om forestillinger om forløp. Fortellinger er på samme måte som narrativ beskrivelser av hendelsesforløp som er strukturert rundt en tidsdimensjon, men refererer til en smalere kategori av strukturerte beskrivelser der *plottet* står sentralt (2003: 90-91).<sup>7</sup> Plottet fungerer som en "rød tråd" i fortellingen og binder de ulike hendelsene sammen ved å presentere dem som meningsfylte årsakskjeder. Gjennom plottet skapes det mening, årsaker og motivasjon, og plottet representerer derfor en meningsdannende struktur i en fortelling (Frønes 2003: 95-96).

Fortellinger finnes på alle nivåer, fra store, allmenne myter og forestillinger, til små, handlingsnære retningslinjer for hvordan og når noe skal gjøres. Noen fortellinger får en sentral posisjon på et kulturelt nivå – enten det er som mytiske nøkkelfortellinger som forteller om en kulturs moral slik eventyr fungerer, eller det er som dominerende fortellinger som gir detaljerte beskrivelser av faktiske forhold (Frønes 2003: 108-110), for eksempel fortellingen om tyskernes okkupasjon av Norge eller hvordan et livsløp foregår.

---

<sup>7</sup> Begrepsbruken er noe ulik hos ulike forfattere. Tove Thagaard (2002: 117) bruker betegnelsen *beretning* og *historie* om henholdsvis narrativ og fortelling. Ivar Frønes (2001: 90) skriver at *fortelling* tilsvarer det engelske *story* og ikke narrativ, mens Thwaites m.fl. (2002: 126) derimot skriver at et narrativ inneholder både *plott* og *story*. Jeg har valgt å holde meg til Frønes' språkbruk der narrativ er en bredere kategori over strukturerte beskrivelser som også fortellinger hører inn under, men hvor plottet er en betingelse for sistnevnte.

---

Kjente fortellinger har kjente roller som er knyttet til det narrative forløpet. I eventyr og actionfilmer finner vi skurker og helter med sine typiske egenskaper, vi kjenner de stereotypiske trekkene til en nerd, til blondinen, til pøbelen og til offeret. I fortellinger må roller forstås i forhold til de dramaturgiske forventninger som er knyttet til aktørens posisjoner i forløpet (Frønes 2003: 94). Her ser vi hvordan kjennskap til fortellinger på et kulturelt nivå kan knyttes til det sosiale og til identitet, idet retningslinjer for handling ligger som forventninger knyttet til en rolle: For den enkelte, for informanten, er formålet med å konstruere en beretning om seg selv og sin situasjon, å sette erfaringene inn i en sammenheng som oppleves som meningsfylt (Thagaard 2002: 118). Samtidig plasserer man seg i en rolle – idet man velger ut hendelsene som ses som avgjørende og setter opp en årsakssammenheng og et plott. Hvilken rolle man har i fortellingen og hvor man befinner seg i forløpet, gir retningslinjer til videre handling, i form av forventninger som rollen har knyttet til seg.

Fortellingenes kraft kan ses som konstituerende for den enkelte – slik man kan se rollenes påvikning som styrende for enkeltindividets handling. På den andre siden, kan man se strukturer og føringer i fortellinger som et potensial – som noe som kan brukes strategisk og kreativt av individet. Ivar Frønes' perspektiv, som jeg har valgt å vektlegge i oppgaven, er nettopp preget av et syn på språk og fortellinger som en ressurs som den enkelte kan bruke strategisk. Dette perspektivet tar slik avstand fra mer strukturalistiske retninger som ser språket som kun konstituerende for enkeltindividet, og det åpnes for at subjektet har handlingskapasitet, eller *agency* (se blant annet Jørgensen og Phillips 1999: 24-28). I det strategiske og kreative ligger det ulike muligheter for bruk av forellinger og språk: den enkelte kan godta en tilgjengelig fortelling og se den som passende og beleilig for hans eller hennes ønskede framstilling, eller motsette seg en fortelling med et visst forløp og heller foretrekke en alternativ handlingsrekke med et annet utfall.

Dette perspektivet passer godt med oppgavens fokus, fordi det som man kanskje kan kalle narrative forhandlinger vil stå sentralt. I dette ligger en antakelse om at det er mulig å ytre motstand mot gitte narrative forløp og fortellinger, for eksempel ved å forsøke å endre hvor og når begynnelsen eller slutten av narrativet settes og hvilke fortelling forløpet er en del av. For Erliks del, og fokus i denne sammenheng, vil dette mer konkret gjelde hvordan det snakkes om narkotika og en rustilværelse. Ulike fortellinger er tilgjengelig, og i kapitlet ”Fortellinger om rus” blir ulike situasjonsdefinisjoner og roller presentert som alternativer som tilhører ulike fortellinger. Disse vil ligge som et bakteppe når fokus settes på hvordan Erlik forholder seg til eksisterende roller og fortellinger i tekstanalysen.

## Visuell kommunikasjon

I =Oslo-magasinet er bilder og illustrasjoner et viktig element, og en bildeanalyse er derfor tatt med som en del av tekstanalysen. ”Tekst” har dermed en vid betydning som ikke bare omfatter verbale uttrykk, men også visuell kommunikasjon. Selv om bilder har andre elementer enn bokstaver og ord i sin uttrykksform, har de til felles med språket at de uttrykker mening, og både tilhører og er strukturert av en kultur (Kress og van Leeuwen 2006: 19). På samme måte som et språk, er også et visuelt uttrykk sammensatt av flere tegn, i en bestemt syntaktisk kombinasjon etter at valg mellom paradigmer er gjort. Dette er i tråd med semiotikkens definisjon av en tekst som en kombinasjon av tegn (Thwaites m.fl. 2002: 77), og åpner for at ulike uttrykksformer kan analyseres ut fra hvilken mening deres tegn bærer med seg.

Ofte kombineres visuell kommunikasjon med språklige uttrykk. Typisk er reklameplakater hvor bilde og verbalt språk til sammen får fram budskapet. Samspillet mellom de ulike teksttypene – bilder og ord – kan fungere på ulike måter: bildet kan være en illustrasjon til den verbale teksten, eller det språklige budskapet kan fungere som en understrekning, og dermed stabilisering av flere mulige meninger, i et bilde, såkalt *forankring* (Thwaites m.fl. 2002: 92; Kress og van Leeuwen 2006: 18). Man kan også tenke seg at tekst og bilder motarbeider hverandres innhold, enten bevisst eller ubevisst fra produsentens side. Sammen leder bilder og verbal tekst leseren til en bestemt tolkning av uttrykket, og sammensetningen av tekst og uttrykksmåte kan være avgjørende for hvordan budskapet forstås. I bildeanalysen av =Oslo er det de store portrettene som står side om side med selgerintervjuene som er fokus. Disse kan ses som enkeltstående tekster, eller som én teksttype (fotografier) i samspill med en annen (verbalt språk i intervjuene).

Alle tegn har i semiotikken et polysemisk potensial, det vil si at de kan bety mer enn én ting. Konteksten – kultur og historie – er med på å bestemme et tegns meningsinnhold, også når det gjelder visuell kommunikasjon, og former et ”semiotisk landskap” (Kress og van Leeuwen 2006: 35). Strukturen av tegn, dets meningsinnhold og forhold til andre tegn er kulturelt betinget og danner gjerne midlertidige stabiliseringer av betydning. Likevel, typen medium og dennes karaktertrekk spiller også en rolle for tolkning av teksten som formidles. Som Søren Kjørup (1977: 65) påpeker, har et billedspråk færre begrensninger i sin uttrykksform enn et verbalt språk: billedspråket har et mindre avgrenset tegnsystem med

---

mindre veldefinerte elementer enn for eksempel fonemer og ord i det verbale språket. Billedspråket har heller ikke like veldefinerte (om enn midlertidige) betydninger, slik man finner i en ordbok. Fargespill og nyanser gir rike og nyanserte bilder og beskrivelser, men samtidig også en slags mangel på presisjon av betydning (Kjørup 1977: 65). Polysemien spiller muligens derfor en større rolle i visuelle uttrykk, som portrettene, noe som både åpner for kreativitet og ulike tolkninger, og krever en mer aktiv fortolkning fra leserens side.

Flertydighet gjør dermed at tegns konnotative egenskaper, det vil si at ett tegn kan knytte en rekke betydninger til seg, muligens kommer tydeligere fram ved analyse av visuell kommunikasjon. Likevel er ikke dette særegent for billedspråk; også ord har mange mulige betydninger selv om enkelte er mer dominerende enn andre og dermed står som en (midlertidig) denotativ og stabil betydning (Thwaites m.fl. 2002: 60-71).

Det er derimot andre egenskaper som er særegent forskjellige for bilder i forhold til verbalt språk. For det første gjelder dette språkets uunngåelige *nominalisering*. Ved bruk av ord blir objekter navngitt; vi må hele tiden referere til hva og hvem vi snakker om ved hjelp av navn og kategorisering. Denne nominaliseringen er unik for det verbale språket (Kress og van Leeuwen 2006: 19). Når vi snakker eller skriver, må vi benytte oss av ord som andre kjenner for å kunne kommunisere og bli forstått. Kategorier og navn forenkler kommunikasjonen, men bærer også med seg mye ladet mening som det er vanskelig å komme utenom uten en redefinering av begrepet. Kategorien ”narkoman” kan for eksempel vekke assosiasjoner som passer med en mytisk og kulturelt innlært oppfatning, og ordet kan vanskelig brukes uten at assosiasjoner følger med. Bilder derimot, trenger ikke å navngi objektet som presenteres – det blir det opp til mottakeren å gjøre. Slik kan uønskede verbale uttrykk unngås uttalt. Dessuten kan nyanser som er subtile og vanskelig å begrepsfeste med ord, uttrykkes gjennom bilder. Som et levende ansiktsuttrykk, kan et fotografisk portrett fortelle mye som ellers hadde vært vanskelig å få uttrykt; bildet av et ansiktsuttrykk fanger mer enn ordet ”glad”, ”trist”, ”sint” og så videre.

*Perspektivet* er bilders særtrekk. Alle (todimensjonale) bilder er vist fra en bestemt synsvinkel, og kan – og må – slik påvirke hvordan mottakeren ser det som er avbildet (Kress og van Leeuwen 2006: 129). Kameralinses vinkel blir bestemmende for hva som skal være synlig i et bilde, og kan sette publikum i en bestemt relasjon i forhold til det som er avbildet. Både evnen til å unngå nominalisering, og fotografiens perspektiv er sentrale poeng i forhold til portrettene i =Oslo, som bildeanalysen vil vise.



---

## Situasjoner og systemer

Mens fortellinger og forløp er i sentrum for det teoretiske rammeverket i tekstanalysen, er situasjoner og systemer brukt i drøftingen av Erlik som forretning eller veldedighet (kapittel 6). Erving Goffman er her den viktigste bidragsyteren (1961, 1992) idet situasjonen er grunnenheten i mange av hans analyser. Goffmans situasjons- og systembegrep kan imidlertid ses i sammenheng med fortellingsbegrepet: også i konkrete situasjoner er forestillinger om et forløp sentralt for de handlende. Interaksjon i situasjoner er basert på deltakeres felles forståelse av hva som foregår i et samvær, det vil si av situasjonens rammer (Goffman 1974), og dermed også en forestilling om hva som er typisk for bestemte situasjoner. Situasjonsdefinisjoner er dermed et sentralt begrep også her, og selv om begrepet i denne sammenheng i større grad er knyttet til en konkret samhandling og enkeltsituasjoner, viser Goffman til eksisterende forestillinger som man kjenner på forhånd.

Gjennom utveksling av informasjon mellom deltakerne foregår det en slags metakommunikasjon der situasjonsdefinisjonen bestemmes (Album 1996: 208), og hvor forventninger om handling skapes. Rollebegrepet er derfor sentralt i Goffmans analyser, og sier noe om hva som er en typisk respons for individer i bestemte posisjoner i situasjoner (Goffman 1961: 93). Goffman skiller mellom typiske roller og faktisk rolleframførelse, og legger vekt på det strategiske potensialet i konkrete situasjoner. Roller blir slik en slags iscenesettelse av sosial identitet, og vi ser at Goffmans rollebegrep likner måten Ivar Frønes bruker dette på i forhold til fortellinger. Begge byter med klassisk rolleteori (blant annet representert ved Ralph Linton), ved å forstå sosial identitet som noe som kan skapes og utformes (Frønes 2003: 49).

Mens fortellingsbegrepet har fokus på språk og retorikk, er det den situasjonelle interaksjonen som står i fokus hos Goffman. Ansikt-til-ansikt-interaksjon er utgangspunkt for det som danner seg som regulære og – i Goffmans ord – lukkede og selvavsluttende sirkulasjoner av aktivitet, såkalte *situerte aktivitetssystemer* (Goffman 1961: 96). Slik jeg forstår dette, handler det om at det i interaksjoner der en felles oppgave skal utføres, utvikles retningslinjer for hvordan målet skal nås. Oppgaver fordeles og det dannes definerte handlingsrekker for hver enkelt som de deltakende kan framføre, men som samtidig er en viktig del av et felles mål. I slike aktivitetssystemer danner det seg mønstre av handling som framstår som tilgjengelige, situerte roller for de deltakende (Goffman 1961: 96-97).

Goffmans teori om situasjonelle rammer og hvordan man oppfører seg passende i situasjonen, likner på mange måter bruken av *script* innen kognitiv psykologi. Her forstås

script som strukturer som beskriver hvilke handlingssekvenser som er passende i en bestemt kontekst (Schank og Abelson 1977: 41). Som Dag Album skriver, kan script ses som rammer med fortellingens karakter, ettersom det gjelder en tidsordnet rekke av hendelser (1996: 210). Fordi det i scriptene ligger en salgs oppskrift for passende atferd, kan script knyttes til roller og til relasjoner mellom ulike roller i situasjoner (Album 1996: 113; Frønes 2003: 105).

Avvik fra script kan oppfattes som normbrudd, og nettopp reaksjoner på atferd som bryter med en situasjons ramme, er sentralt i Goffmans situasjonelle analyser. Slike brudd kan true både det situerte aktivitetssystemet og den opptredendes egen selvpresentasjon, og dermed også identitet (1961, 1992). Når dette skjer, blir det viktig å prøve å korrigere de feilaktige inntrykkene som er gitt. Goffman er opptatt av hvordan slike situasjoner takles, og her kommer hans fokus på det strategiske til syne igjen.

---

## 4. FORTELLINGER OM RUS

Vi befinner oss i et samfunn fullt av meninger, debatter, politikk og ideologi. Narkotikadebatten er en del av dette meningslandskapet. I debatten presenteres ulike forståelser av hvordan situasjonen er og hva som bør gjøres, og ulike situasjonsdefinisjoner settes opp mot hverandre. Bildene som tegnes påvirker oss og styrer i stor grad vår forståelse av narkotika og rusavhengighet. Dette er forestillinger som Erlik også må forholde seg til og blir påvirket av.

I bestemte argumentasjoner kan man finne igjen ulike politiske ideologier som bygger på store samfunnsfortellinger. Disse er kjent for oss og ligger i vår bevissthet som kulturelle strukturer. I de forskjellige fortellingene inngår de rusavhengige i ulike roller som gir ulike forventninger om handling. Hvilke fortellinger og roller som blir dominerende er derfor ikke uten betydning for hvilken mening som legges i rusavhengighet.

I dette kapitlet forsøker jeg derfor å peke på noen sentrale skillelinjer og polariseringer i narkotikadebatten, og på hvilke roller som gjøres tilgjengelige for de rusavhengige i ulike situasjonsdefinisjoner. Disse vil ligge som et bakteppe og utgangspunkt for tekstanalysen av =Oslo-magasinene.

### 4.1 Narkotikapolitiske linjer og de store fortellingene

I den generelle narkotikapolitiske debatten, er det tre hovedperspektiver som dominerer. Disse kan identifiseres som *forbudslinjen*, *skadereduksjonslinjen* og *legaliseringslinjen* (Hunt 2004, Kübler 2001, Sandberg og Pedersen 2005). De ulike perspektivene vises i aktørens argumentasjon og i deres vurderinger av ulike tiltak, der ulike verdier anses som de viktigste. Argumentasjon for et forbud mot all bruk av narkotika vektlegger det viktige ved sosiale normer, lov og orden, og denne linjen har tradisjonelt hatt fokus på å hjelpe rusavhengige tilbake på "rett kjøp" gjennom effektiv rehabilitering og statlig autoritet (Kübler 2001: 630). Representanter for forbudslinjen finner vi typisk på høyresiden i norsk politikk og blant instanser som jobber med lov og orden.

For tilhengere av skadereduksjonslinjen er derimot individets autonomi og integritet ansett som viktigere enn normer og orden. Frivillighet i forhold til rehabilitering blir vektlagt og skadereduserende tiltak, som gratis sprøyter og rom som tillater narkotikabruk under oppsyn, står i fokus. Dette perspektivet ser individets helse og minst mulig skade på denne

---

som det viktigste når tiltak skal vurderes (Hunt 2004, Kübler 2001). Neil Hunt (2004) skriver at representanter innenfor skadereduksjonslinjen også kan ha et rettighetsperspektiv, med fokus på individets rett til selvbestemmelse over egen kropp, og slik kan plassere seg innenfor en mer liberalistisk linje som argumenterer for legalisering av narkotika. Legaliseringslinjen står likevel svakt i en norsk sammenheng (Sandberg og Pedersen 2005: 26), og debatten har de siste årene stort sett dreid rundt argumenter i samsvar med forbuds- eller skadereduksjonslinjen. Det vil derfor kun være disse to perspektivene som tas med i det følgende.

Skadereduksjonslinjen plasserer seg typisk til venstre i det politiske landskapet, og står slik som en motsats til forbudslinjen. Denne polariseringen kan ses i politisk retorikk og argumentasjon, enten det er i forbindelse med spesifikke aksjoner og endringer, eller i sammenhenger hvor narkotikapolitikk og -problematikk benyttes for å vise hvordan de ulike partiene plasserer seg ideologisk i forhold til hverandre. Eksempelvis kunne opposisjonspartiet Høyre i januar 2007 fortelle at de går inn for en nulltoleranse i kampen mot narkotika. Solbergs uttalelser fra en partisamling ble referert slik av NRK Nyheter:

Erna Solberg viser til at Arbeiderpartiet har foreslått frisoner for narkomane og at det er det samme som å legalisere narkotika og en fullstendig misforstått måte å hjelpe narkomane på. Høyre sier at de narkomane trenger hjelp, oppfølging, avvenning, rehabilitering og en ny sjanse til å leve et liv fritt fra dop, skam og destruksjon (NRK Nyheter 14.1.2007).

Dette var en del av Solbergs kunngjøring om hvilke områder som skulle satses på under valgkampen. I sitatet ser vi hvordan en argumentasjon for et *forbud* ("nulltoleranse"), med den rette retorikken, handler om *frihet* ("en ny sjanse til å leve et liv fritt fra dop, skam og destruksjon") – en tilsynelatende paradoksal analogi, men hvis man forstår de rusavhengige som avhengig av samfunnets sterke hånd for å komme seg ut av rustilværelsen, gir det muligens mening å tvinge dem til frihet. Her ser vi altså hvordan forbudslinjen representeres av Høyre, og hvordan partiets argumentasjon settes opp i kontrast til Arbeiderpartiets argument om frisoner – som er et typisk skadereduserende tiltak (Kübler 2001: 634).

Aftenposten refererte også til Høyres utspill i samme anledning, og avsluttet artikkelen slik: "Vi trenger realisme fremfor snillisme, sier Solberg" (Aftenposten.no 14.1.2007). Her ser man ytterligere hvordan politisk retorikk brukes til å tegne kontrasterende situasjonsdefinisjoner, og hvordan dette farges gjennom symbolsk ordbruk. Realisme handler om å innse det faktiske, den virkelige situasjonen, mens "snillisme" som her stilles opp som kontrast og som en beskrivelse av motstanderen Arbeiderpartiet, i en

---

politisk sammenheng har en negativ ordlyd som konnoterer at man føyer seg, gir etter og unngår å gjøre noe med den reelle situasjonen.

Bak de ulike linjene og politiske holdningene, ligger idealer og kulturelle forestillinger som debattanter og politikere trekker på. Fortellingene om fellesskapet, friheten og tradisjonene ligger dypt forankret i den kulturelle og historiske bevisstheten. Disse store samfunnsfortellingene har idealer som gjerne motarbeider hverandre; den individuelle frihet går gjerne på bekostning av det som vurderes som fellesskapets beste, for eksempel. Dermed blir ordvalg og retorikk viktig, og motstanderes verdier plasseres i negativt ladede fortellinger, som setter dem i et helt annet lys, slik den siterte Solberg omtalte Arbeiderpartiets forslag om frisoner som misforstått, og knyttet det til et argument med liten oppslutning i Norge, nemlig legalisering av narkotika.

Ulik vektning av verdier – ulike ideologier – gir slik helt forskjellige situasjonsdefinisjoner og påvirker dermed hvilke tiltak som skal igangsettes, avhengig av hvilken situasjonsdefinisjon som vinner fram. Sitatet under er skrevet av forsker May-Len Skilbrei og stipendiat Camilla Lied, som en reaksjon på at Byrådet i Oslo høsten 2006 foreslo å endre politivedtektene slik at det skulle åpnes for å fjerne og straffe tiggere og prostituerte. Sitatet er et typisk eksempel på argumentasjon ut fra et skadereduserende prinsipp, hvor fokus ligger på respekten for tiggere og prostituerte, framfor orden og normer:

Når Oslo Kommune vil straffe tiggere og prostituerte for å minske omfanget, er det stikk i strid med det som er den uttalte strategien i norsk politikk for øvrig. Og det gir en vond smak i munnen at vi som samfunn skal straffe tiggere og prostituerte for å løse problemene i stedet for å gjøre noe med grunnene til at noen tigger eller selger sex. Man kan jo selvfølgelig mene at man kan gjøre begge deler, men vi mener at det ene står i veien for det andre. Det er mer respekt for tiggere og prostituerte og problemene de står i, vi trenger, ikke mindre (Skilbrei og Lied, i Dagbladet 29.9.2006).

Dette sitatet, sammen med gjengivelsen av Erna Solbergs uttalelser, illustrerer hvordan forskjellige verdier anses som viktigst og hvordan dette definerer situasjonen ulikt. *Hva* som faktisk er problemet og *hva* som bør gjøres, blir forskjellig. Samtidig, viser sitatene hvordan ulike perspektiver, eller situasjonsdefinisjoner, plasserer det som anses som problemet i ulike *forløp*. Forbudslinjen, her representert ved Erna Solberg og Høyre, setter opp et handlingsforløp hvor det er *resultater* av narkotikabruk, tigging og prostitusjon, som er roten til problemet. Problemet rammer samfunnet generelt, og fører til ordensbrudd, kriminalitet og sjenanse. Her blir en nulltoleranse for narkotika løsningen. Skilbrei og Lied, som representanter for skadereduksjonslinjen, ser derimot *årsaken* til at noen i det hele tatt blir

---

avhengige av narkotiske stoffer som problemet. Problemet rammer her først og fremst de avhengige sosialt og helsemessig, og det er her utgangspunktet for en løsning ligger, sett fra dette ståstedet.

Dermed kan man se at argumentasjonen i de ulike narkotikapolitiske linjene og deres situasjonsdefinisjoner er deler av ulike *fortellinger*. Med dette menes at situasjonsdefinisjonene gir presentasjoner av ulike forestillinger om sosiale forløp, slik Ivar Frønes bruker fortellingsbegrepet (2003: 89, 112 f.eks.). På et kulturelt nivå, står noen forestillinger om sosiale forløp sterkere enn andre, og blir dominerende fortellinger som sier noe om sentrale trekk ved kulturen. Dette kan for eksempel være fortellinger om hvordan familielivet eller en yrkeskarriere forløper, og disse fortellingene danner sentrale kulturelle grunnmønstre.

Kjennskap til kulturens godt etablerte fortellinger gjør at vi kjenner igjen og forstår meningen i den politiske retorikken, reklamer og symboler som trekker på disse. Fortellingene gir situasjoner og hendelser mening, ved at man ser disse i sammenheng med andre hendelser, i en sekvens som strekker seg fra fortid til framtid. Den kulturelle kunnskapen om "normale" forløp, om hvilke handlinger som følger hverandre i fortellingen, gjør at vi forstår hvordan ting har skjedd, hva som førte til at ting ble som de ble, og hvordan en handling kan lede til noe bestemt i framtiden. Slik ordner vi hendelser i en fortelling som gir dem mening. Vår egen situasjon og våre egne hendelser tolkes også i lys av dette; vi har lært at visse hendelser følger hverandre, og den enkelte handling blir plassert i en slik meningsbærende sekvens.

Hvis man ser på de ulike perspektivene i narkotikadebatten, kan man se forbudslinjen som del av en fortelling om rettsstaten og om lovløydighet og respekt for samfunnets regler og normer. I denne fortellingen er narkotikabrukere et ordensproblem som bryter med grunnleggende samfunnsnormer, og står slik som en årsak til kriminalitet og uorden. Skadereduksjonslinjen kan ses som en del av en fortelling om fellesskap og toleranse der enkeltindividets verdighet og integritet, uavhengig av livsstil, står sentralt. I denne fortellingen er det ikke selve narkotikabrukeren som er opphavet til samfunnsproblemene, men avhengigheten er tvert imot resultatet av samfunnets mangel på forståelse og toleranse. I en slik fortelling må samfunnet trå til og begrense skaden som allerede har skjedd.

Hvorvidt man ser rusavhengighet som årsak eller virkning, kan spille en stor forskjell i vurderingen av hvilke tiltak som egner seg best for å unngå rusavhengighet, og hvordan man skal hjelpe rusavhengige. Valg, bevisst eller ubevisst, av fortellinger og situasjonsdefinisjoner kan slik ses som en *politisk handling*, fordi man med valget

---

konstituerer det sosiale på en bestemt måte (Jørgensen og Philips 1999: 47). Det er ikke likegyldig for rusavhengige om man ser dem som sydebukker, og ser dem som årsaken til vold og kriminalitet, eller som ofre for samfunnsstrukturene. Ulike fortellinger setter personer i et ulikt lys, og gir dermed ulike betingelser for situasjonsløsning. Som Ivar Frønes skriver, nedfeller fortellinger om framtidige forløp seg som forventninger og handling (2003: 101), og en fortelling om framtiden kan slik virke inn på det faktiske forløp, ved at man forsøker å leve opp til forventningene.

## 4.2 Roller

Som allerede nevnt, plasseres individer i ulikt lys, avhengig av hvilken fortelling de inngår i. Men andre ord, kan man ha ulike *roller* i ulike fortellinger. Både Erving Goffman (1961, 1992) og Ivar Frønes (2003) bruker rollebegrepet som noe som kan utformes og utspilles av aktøren. Identitet handler dermed om selvpresentasjon, og forstås som dynamisk og foranderlig. Frønes bruker rollebegrepet i forhold til fortellinger, og skriver:

Scenen er ikke alltid gitt, ofte vil aktørene kjempe om hvilken scene de er med på, med tilhørende dramaturgiske muligheter for de ulike roller og posisjoner. Den strategiske aktør kan søke å influere forløpet gjennom sin framstilling av bestemte roller, og kan gjennom sitt valg av dramaturgi påvirke definisjonen av hvilken fortelling man er en del av (2003: 49).

At en framstilling av roller kan brukes strategisk, betyr ikke nødvendigvis at den enkelte bevisst framstiller seg selv eller andre med en bestemt rolle. Men sammensetningen av ulike hendelser i et forløp, gir ulike framstillinger av en situasjon som ikke er ubetydelig i vår oppfatning av personen. Alle hendelser kan ikke fortelles om – en fortelling krever en sammenheng, en rød tråd, et plott som binder hendelsene sammen og gir fortellingen en kulturelt gjenkjennelig oppbygning. De hendelsene som velges ut, er med på å gi karakteren en rolle. Hvilke rolle som passer, kan være innlært og trenger ikke være del av en helt bevisst strategi, annet enn at man vil ha fram et budskap i sin fortelling.

### Den kriminelle

Hvis vi fortsetter å holde fast ved de to (idealtypiske) perspektivene som dominerer i den norske narkotikadebatten, og det forløpet som argumenter fra disse skisserer, kan to helt

---

ulike roller identifiseres for de rusavhengige. Som følge av forbudslinjens fokus på normbrudd og samfunnsorden, får den rusavhengige lett rollen som kriminell. Denne rollen kommer som en naturlig følge av forløpet som skisseres, der selve narkotikabruken er opphavet til problemene som samfunnet utsettes for: vinningskriminalitet som følge av et behov for raske penger, omsetning av ulovlige stoffer, uro og bråk i områder hvor narkotika omsettes, og økt frykt blant samfunnets øvrige borgere.

Samfunnsproblemene som skisseres i forbudslinjens fortelling om narkotikabruk, faller ofte inn under ansvarsområder til samfunnets kontrollinstanser, og det er disse instansene som får i oppgave å gjøre noe med dem. Lawrence Driscoll (2000) har blant annet sett på sammenhengen mellom hvordan narkotikabrukere omtales og samfunnets behov for kontroll. Han skriver at fortellingen om kontroll av narkotika handler om et *ønske* om kontroll, og ikke faktisk total kontroll. Nettopp det at kontrollen ennå ikke er oppnådd, legitimerer en stadig overvåkning og tettere kontroll (2000: 91-92). I statlige holdningskampanjer framstår narkotikabrukeren som en sosial trussel, i følge Driscoll (2000: 49). Han skriver:

(...) [O]ur social concerns about drugs are also focused around the issue of control. The task that we generate for ourselves on our relationship to drugs is always a narrative in which we are constantly struggling for control. (...) Drugs, and those who would use them, are always already a potential threat, never present, never absent, but always lurking in the liminal space of the possible. (...) The hidden aspect of drugs is thus always conveniently on hand as evidence that it is an enemy that needs to be controlled (Driscoll 2000: 52).

Driscoll er uten tvil kritisk til samfunnets ønske om kontroll av narkotikabruk, og generelt til en inndeling av binære skiller der det gode og det onde sidestilles med uskyld og narkotikaomsetning (2000: 62). Til tross for Driscolls tydelige plassering i narkotikadebatten, der han representerer en radikal nytenkning om narkotikabruk, peker han på trekk ved argumentasjon og omtale av rusavhengige som lett kan finnes igjen i daglig mediedekning som omhandler temaet. Som eksempel på uttalelser som vektlegger behovet for kriminalisering av brudd på uønsket atferd, kan en kronikk av justisminister Knut Storberget trekkes fram. Storbergets kronikk peker riktignok på ulike dilemmaer knyttet til utarbeidelsen av en ny straffelov, men i et avsnitt kommer argumentasjon som likner forbudslinjen tydelig fram:

Ved avkriminalisering gjør ikke prinsippene for kriminalisering seg like sterkt gjeldene siden avkriminalisering kan oppfattes som et signal fra samfunnet om at



---

handlingen ikke lenger anses som skadelig eller farlig. Et slikt signal er uheldig når handlingen fortsatt anses som uønsket (Storberget i Aftenposten 21.03.07).

Her ser vi hvordan spørsmålet om sanksjonering blir hovedfokus, og hvordan dette er til det beste for at ikke handlinger skal tolkes som ufarlige eller uskadelige. Som Driscoll også sier, viser dette hvordan kontrollen av rusbruk vel så mye handler om en kontroll av storsamfunnet, av dem som ennå ikke har begått lovbrudd, for å opprettholde en allianse mot normbrudd (Driscoll 2000: 94).

Knut Storberget er Arbeiderpartipolitiker, og sitatet er kanskje i så måte overraskende, ettersom forbudslinjen typisk er knyttet til politikk lenger til høyre. Men man kan også se Storberget som representant for Justisdepartementet, med et fokus på lover og straff som en følge av dette. For dem som jobber innenfor samfunnsområder hvor lover, rett, straff og sanksjonering er hovedfokus, er det nok lett å se samfunnsproblemer ut i fra et forbudsperspektiv. Også politiet kan muligens medregnes her – noe som blant annet kom til syne under Plata-aksjonen, hvor politiet kom med argumenter som til en viss grad kan plasseres hos forbudslinjen (Sandberg og Pedersen 2005: 25).

Idet rusavhengighet omtales i sammenheng med normer og samfunnsorden, settes det altså gjerne opp en rolle som kriminell for rusavhengige. Som årsak til samfunnsproblemer i denne fortellingen, får de rusavhengige dermed en rolle som plasserer dem sammen med andre typer lovbrudd og knyttes til umoral. Deres oppførsel ses som ansvarsløs og lite hensynsfull overfor resten av samfunnet, fordi grunnleggende sosiale normer brytes. I en slik rolle, står de rusavhengige som ansvarlige for situasjonen, og en sanksjonering legitimeres med at man må ta ansvar for egne handlinger.

## Offeret

I beskrivelsen av narkotikabrukere som kriminelle, kunne vi se hvordan samfunnet kan forstås som lidende under enkeltpersoner eller grupper handling. Dette fordi de bryter med retningslinjer som er ansett å være til det beste for samfunnet som helhet. Ut fra et skadereduksjonistisk perspektiv, er derimot ansvarsspørsmålet snudd på hode: som inngående i en fortelling om fellesskap og toleranse, blir den rusavhengige et *offer* for samfunnets manglende ansvar overfor enkeltindividet.

---

Et sitat fra Arild Knutsen, nåværende leder av Foreningen for human narkotikapolitikk, kan stå som et eksempel på skadereduksjonslinjens plassering av de rusavhengige som ofre:

Rusavhengige trenger som alle andre å oppleve en meningsfylt tilværelse. Straff motvirker dette. Straffetiltakene er dyre og de virker mot sin hensikt. Kostnadene knyttet til forfølgelser og pågripelser reduserer satsingen på tiltak overfor ungdom og til kompetanseheving på skolene og blant foreldrene. Det forebyggende arbeid er den mest kritiske og avgjørende innsats mot rusmisbruk. Angrepene på narkotikaproblematikken bør heretter rettes mot årsaken til at rusmiddelbruken øker (...). I disse dager sliter tidligere rusavhengige med psykiske plager og sykdommer som hepatitt C. 26 prosent av de tidligere narkomane sliter med alkoholproblemer og en stor andel er uføretrygdet. Problematikken bør i sin helhet overføres fra justis- til helsesektoren. Ingen er født narkomane, ingen hadde drømmer om å bli det. Alle har vi ønsker om et verdig liv med noenlunde trygghet. Rusavhengighet er oftest symptom på mangel på håp eller at noe(n) har satt et uheldig preg på ens livssituasjon. (...) Det er på tide at flere innser at bruk av rusmidler ikke er en slem og selvforskyldt ting som man skal forakte, men en konsekvens av komplekse årsakssammenhenger som kan reverseres (Knutsen i Aftenposten Aften, 22.12.2004).

Her ser vi hvordan problemet med narkotika ses som et resultat av et manglende samfunnsansvar, og hvordan det blir forstått som et sosialt og helsemessig problem, og ikke først og fremst som et ordensproblem. Kontrasten er stor til fortellingen der den rusavhengige har rollen som kriminell og hvor det er samfunnet som lider under enkeltpersoners manglende selvdisiplin: nå er det tvert imot enkeltindividet som er et offer for et sviktende samfunn og en manglende forståelse.

Som et produkt av samfunnet, står offeret som en rolle som ikke kan klandres. Et offer er en som ikke selv er skyld i sin situasjon, men som likevel har måttet ta konsekvensene. Rusavhengighet kan slik forklares som resultat av en kausal effekt hvor det er noe utenfor individets kontroll som har ført til avhengigheten. Offerrollen har dermed en legitimerende effekt og beskytter enkeltindividet fra skyld og ansvar – en strategisk rolle i forhold til å forklare handlinger som ellers hadde vært vanskelige å akseptere (Frønes 2003: 127). Offerrollen er egnet til å oppnå forståelse ved at den vekker sympati og gjenkjennelse hos tilhøreren, og blir dermed en lett tilgjengelig rolle i fortellinger som handler om marginalisering og diskriminering (Sandberg og Pedersen 2006: 224-229).

I kontrast til rollen som den kriminelle som må ta ansvar for sine handlinger, står dermed offerrollens uskyld. Determinismen fungerer som en forklaringskraft idet det er andre krefter utenfor individet som har ført til problemene, og ikke like eksplisitt individets handlinger og valg som i fortellingen om den kriminelle. Dermed står de to rollene – den

---

kriminelle og offeret – som strategiske og tilgjengelige i hver sin fortelling med hvert sitt formål. Er poenget å argumentere for økt samfunnskontroll og en beskyttelse av den øvrige befolkningen, kan den rusavhengige som kriminell være et naturlig utgangspunkt. Det er ikke tvil om at denne gruppen faktisk bryter med samfunnets lover og regler, og en slik rolle blir i dette perspektivet en legitim framstilling. Motsatt, står offerrollen som en aktuell rolle idet den individuelle historien skal fortelles og man trenger å forklare og å få folk til å forstå den enkeltes skjebne som rusavhengig.

### De elendige: en hybrid

En annen aktuell rolle for de rusavhengige, er rollen som en av ”de elendige”. Betegnelsen er satt av kriminolog Thomas W. Strand (2005) som har skrevet om hvordan media framstiller narkotikabrukere. De elendige inngår ikke i like allmenne fortellinger som offeret og den kriminelle, og er nok i større grad knyttet spesielt til rusavhengige. Likevel ser Strand at det finnes et mønster i hvordan narkotikabrukere beskrives som danner ulike typebeskrivelser.

Generelt framstilles narkotikabrukere som narkomane *Andre*, i følge Strand. Med det mener han at narkotikabrukere forstås i motsetning til det ”normale” mennesket, og at media lager et tydelig skille mellom de narkomane *Andre*, og det normale *Oss* (2005: 74). Gjennom en analyse av over hundre avisartikler fra år 2002 har Strand funnet til sammen fem ulike typer narkotikabrukere i nyhetspressens presentasjoner: ”de unge”, ”de kriminelle”, ”de angrende synderne”, ”heltene” og ”de elendige”. Strand beskriver hvordan de ulike narkotikabrukerne blir skrevet om i ulike sammenhenger, og hvordan det legges vekt på ulike egenskaper ved personene, avhengig av forholdet til det narkotiske stoffet.

Det er interessant å se Strands ulike typer narkotikabrukere i forhold til fortellinger. Selv om Strand bruker begrepet *subjektposisjon* – et begrep som er knyttet til diskursanalyse – om de fem typene, ligger dette nær sosiale roller. Forenklet sagt, kan man si at forskjellen ligger i om man ser på diskursordener eller på sosiale systemer mer generelt (Strand 2005: 86). Om man tenker seg Strands subjektposisjoner som roller, kan man se at de opptrer i ulike fortellinger om rusbruk. Narkotikabrukeren befinner seg både på ulike steder i et forløp, og i ulike fortellinger. Hvilke assosiasjoner eller meninger som knyttes til rusbrukeren er også ulikt.

De elendige er den posisjonen, eller rollen, som media ofte gir gruppen som Erlik representerer, i følge Strand, ettersom den brukes ved omtale av personer som er avhengig av

---

narkotiske stoffer som regnes som ”sterke” eller ”harde”, og de er avhengige *nå* (2005: 74). De andre posisjonene brukes om personer som tidligere har vært avhengig, eller de omtales på grunn av andre trekk enn rusavhengighet som alder, kjendisstatus eller lovbrudd. Strand skriver om de elendige:

Som hovedregel fremstilles de elendige som handlingslammede mennesker. Det er andre mennesker som handler, mens de elendige forholder seg passive. (...) Resultatet er at det dannes et inntrykk av at narkotikaproblemet har rot i det ”elendige” enkeltmenneskets binding til den mektige ”narkotikaen”, en type ”allmektige” stoffer som styrer en gruppe av handlingsløse stakkarer. Samtidig skinner det igjennom at det i stor grad er opp til enkeltmennesket selv å finne en løsning. Alt i alt konstrueres et bilde av den elendige som en person som er generelt avvikende, en samfunnssnylter uten jobb og bolig (Strand 2005: 76).

De elendige blir her beskrevet som både passive og med ansvar for sin egen framtid. Til sammen gir dette et nedslående inntrykk: det er de elendiges ansvar å komme seg ut av avhengigheten, men de har ingen handlingskraft. De er ”permanente fanger i ’narkotikahelvetet’”, som Strand skriver (2005: 84).

Man kan se denne rollen som en blanding av egenskaper som tilhører den kriminelle og offeret: de elendige har ansvaret fra den kriminelle og passiviteten fra offeret. Men mens offerets passivitet kan begrunnes ut fra en tanke om determinisme og føringer utenfor individet, har ikke de elendige denne forsvarende rolleegenskapen. Offerrollens uskyld forsvinner, ettersom de elendige beskrives som samfunnssnyltere som selv må finne en løsning. I likhet med beskrivelser av den kriminelle, er det samfunnet som dermed blir den lidende part og det er ikke gitt at det er enkeltindividets rett å få hjelp.

Rollen som de elendige viser hvordan beskrivelser kan trekke på ulike rolleegenskaper og kombinere disse, og dermed hvordan språk og fortellinger har et kreativt potensial i seg. De elendige trekker på etablerte roller og blir slik en blandingsrolle – en hybrid – som samtidig framstår som en egen rolle gjennom medias relativt konsekvente omtale, skal vi tro Thomas Strand (2005). Dermed ser vi hvordan kjennskap til kulturelle roller og fortellinger ikke hindrer kombinasjoner av trekk fra disse – tvert imot gjør muligens kjennskapen at vi aksepterer beskrivelsen fordi de ulike trekkene virker kjente.

---

## Stabilisering av roller

Selv om det ligger et kreativt potensial i fortellinger og språklige strukturer, er det likevel en tendens til at enkelte meninger og beskrivelser er mer vanlige og mer stabiliserte enn andre. Dette er også grunnlaget for at man i det hele tatt kan snakke om kulturelt kjente fortellinger og en bevissthet om hva som regnes som et ”vanlig” forløp. Strands analyse viser også dette, for selv om narkotikabruk er knyttet til ulike betydninger i ulike sammenhenger, er det mulig å si noe *generelt* om hvordan ulike grupper narkotikabrukere blir beskrevet. En generell beskrivelse kan gis innenfor én gruppe, de blir omtalt på en bestemt måte, med en bestemt rolle. Da må man kunne si at noen fortellinger har blitt dominerende og har fått en etablert posisjon i forståelsen av narkotikabruk; man plasserer brukerne i et bestemt forløp, som en antakelse, basert på en kulturell bevissthet om en dominerende fortelling.

Noen bilder av rusavhengige fester seg altså og blir mer mentalt tilgjengelige enn andre, det vil si at de får en denotativ posisjon (Thwaites m.fl. 2002: 62). Man ser kanskje det man forventer seg, og velger ut hendelser så de passer inn i en kjent fortelling. Konsekvensen er tosidig: på den ene siden gjør standardiserte fortellinger som er kulturelt kjente at man lettere forstår budskap i en fortelling; man trenger ikke alltid å høre hele fortellingen for å kunne anta noe om utfallet. Man kan også bruke det kjente når man selv skal fortelle en historie, og anta at andre også får med seg plottet. På den andre siden blir det vanskelig å endre de varige og dominerende fortellingene og rollene, ettersom de er så innarbeidet i den felles kulturelle kunnskapen.

Hvis både narkotikabrukere og alle andre har den samme forståelsen av hva som er en ”naturlig” fortelling om dem – enten det er som kriminelle, ofre, de elendige eller andre roller – og man slik godtar den dominerende fortolkningen, blir fortellingen en *avpolitisert ytring* (Barthes 1999: 197). Med dette menes at meningsinnholdet – den mentale forestillingen om narkotikabrukere – og det forløpet som forbindes med betegnelsen, blir mytisk. Når en betydning blir mytisk, slik Roland Barthes definerer det, presenteres et bilde av virkeligheten *som* natur, tømt for historie og kompleksitet (Barthes 1999: 197-198). Resultatet er at alternative betydninger, og andre roller og forløp, blir oversett til fordel for noen dominerende. Dermed kan en ofte brukt rolle og fortelling lett bli stående som det dominerende og mytiske bilde på hvordan tunge narkotikabrukere ”er”, slik Strand har funnet en typisk beskrivelse av rusavhengige i media. Barthes skriver om myten:

Når myten går over fra historie til natur, gjør den en besparelse: den sløyfer den komplekse karakter de menneskelige handlinger har, gir dem essensens enkelhet, den

---

kvitter seg med all dialektikk, alle overskridelser av det umiddelbart iøynefallende, den organiserer en verden som er uten motsigelser fordi den er uten dybde (...) (Barthes 1999: 198).

At enkelte roller blir stående som mytiske og dominerende oppfatninger av rusavhengige, betyr ikke at det er en usann beskrivelse eller karakteristikk, som i den dagligdagse bruken av ordet myte. Hvorvidt noe er sant eller ikke, vil variere fra ett enkelt tilfelle til et annet. Om det er en sann beskrivelse eller ikke, er heller ikke viktig i denne sammenheng. Poenget er at det skjer en generalisering hvor alternative betydninger blir underlegne og tilsidesatt av mer dominerende bilder på en narkotikabruker: mange mulige meninger – konnotasjoner – blir oversett til fordel for de mest vanlige og denotative betydningene (Thwaites m.fl. 2002 60-65).

Dermed kan man på den ene siden forstå fortellinger, deres forløp og roller, som ideologisk forankret, og på den andre siden som en ressurs for den enkelte. Dominerende fortellinger får fort en normativ posisjon. Hvilken framstilling som velges – bevisst eller ubevisst – skjer på bekostning av alternative framstillinger og legger grunnlag for politikk og sosial utvikling. I tillegg danner en kunnskap om hvilke forløp ulike roller vanligvis inngår i, et utgangspunkt for interaksjon med andre og forventninger om handling. Språklige strukturer og grunnleggende samfunnsfortellinger tar dermed tid å endre. Likevel er ikke språklig mening spikret fast en gang for alle, men heller midlertidig festet. I dette ligger det et endringspotensial hvor den enkelte aktør kan bruke språket strategisk og få fram bestemte budskap, kombinere trekk fra ulike fortellinger, og endre sin selvbiografi avhengig av formål og situasjon (Frønes 2003: 111). De narrative strukturene er tunge, men på sikt kan nye fortellinger skapes.

### **4.3 Fortellingenes artikulering av handlingsrom og skyld**

Som vist, har de ulike rollene forskjellige rolleegenskaper og ulik plassering i forestillinger om forløp for rusavhengige. Rolleegenskapenes forskjellige natur kan ses som strategisk i forhold til ulik argumentasjon og formål i de narkotikapolitiske perspektivene, men også som et resultat av fortellingenes ulike vekt på aktør og struktur.

Som inngående i forbudslinjens fortelling om samfunnsorden og beskyttelse av samfunnet, kan den kriminelle ses som en aktiv aktør som handler galt og som må ta konsekvenser av sine valg. I skadereduksjonslinjens fortelling om toleranse og det kollektive ansvar, er gjerne offeret en passiv deltaker som har havnet i situasjonen som rusavhengig på

---

grunn av strukturelle føringer. De narkotikapolitiske perspektivene peker dermed på en sentral skillelinje mellom alternative fortellinger, der fokus på enten individets bruk av sosialt rom eller strukturell bakgrunn gir helt ulike forestillinger om forløp (Sandberg og Pedersen 2006: 73).

Forbudslinjens fortelling kan i forlengelsen av dette ses som del av en større fortelling om individualisme. Her er aktørens handlingsmuligheter, valgfrihet og ansvar for egne handlinger sentralt, og man kan se hvordan dette passer med forbudslinjens plassering til høyre i det politiske landskap. Fortellingen om fellesskapet, om solidaritet og kollektivet, står som motsats til individualismen, både i innhold og politisk, og her kan man også plassere det skadereduksjonistiske perspektivet.

Effekten av fortellinger som er enten aktør- eller strukturbaserte, er en ulik artikulering av handlingsrom for rolleinnhaverne i teksten. Hvorvidt den rusavhengige – som kriminell eller offer for eksempel – har handlingsmuligheter eller ikke, er ofte ikke et uttalt tema i fortellingen, men følger implisitt av det skisserte forløpet. Determinismen som har ledet offeret inn i rusavhengighet er allerede nevnt, og viser hvordan fortellingens oppbygning og plott legger inn premisser som igjen er utgangspunkt for det videre utfallet. Der strukturene ses som styrende, er det lite individet selv kan gjøre. Hvis derimot fortellingens utgangspunkt er den enkeltes ansvar for egen handling, er det opp til den enkelte å gjøre noe med situasjonen. Fortellingenes oppbygging gir dermed ulike forventninger om videre handling (Frønes 2003).

Effekten av dette igjen, er at spørsmål om skyld også plasseres ulikt; hos samfunnet eller hos den enkelte. Aktørbaserte fortellinger er dermed på den ene siden handlingsmotiverende, men på den andre siden legges også skylden på den enkelte – da blir fallhøyden stor. Igjen står den strukturbaserte offerrollen på motsatt side; individet ses som avhengig av at andre skal hjelpe, noe som kan virke handlingslammende, men den enkeltes integritet blir beskyttet av et fravær av skyld.

Rolleegenskapene i fortellingene har ingen ting med de *faktiske* handlingsmulighetene og den faktiske skylden til rusavhengige å gjøre, men er kun språklige konstruksjoner. Likevel kan valg av fortelling få konsekvenser ved at det ligger ulike forventninger knyttet til de ulike forestillingene om forløp (Frønes 2003: 101). Politiske beslutninger tar gjerne utgangspunkt i situasjonsdefinisjoner, som igjen kan føre til sosial endring. Flere debatter har vist dette det siste året, blant annet diskusjonen om kriminalisering av prostitusjon. Her ble spørsmålet om handlefrihet tematisert av enkelte av debattantene (blant annet Åmås i Aftenposten 27.7.2006). Våren 2007 ble voldtekter i Oslo

---

diskutert i media, og her ble det blant annet stilt spørsmål til voldtektsofres rolle som nettopp ofre (blant annet Willy Pedersen i Aftenposten 7.3.2007, men også i TV-debatter). Debatten rørte ved hele problematikken som spørsmål om skyld og ansvar skaper: med det ene følger det andre. Med et ansvar for egne handlinger følger også en skyldfølelse hvis det går galt. Da er det lettere å ha en offerrolle, men idet man tar denne rollen har man plassert seg under strukturenes makt og fratar seg selv et ansvar for fremtiden.

Til sammen kan man altså se at det utkrystalliserer seg to opposisjonelle fortellinger. Denne inndelingen og typifiseringen er selvfølgelig forenklet og idealtypisk – det vil finnes mange unntak og mellomposisjoner. Likevel tydeliggjør skillet en polarisering som kan være nyttig og klargjørende i denne oppgavens formål. Et mønster kommer til syne – et mønster som binder sammen og ordner ulik argumentasjon og måter å fortelle om en situasjon på. I denne oppgavens sammenheng viser mønsteret noen alternativer til hvordan rusavhengige framstilles og hvordan rollene som settes opp er forskjellige og gir ulike forventninger om handling. Dette kan ligge som en bakgrunn når jeg nå skal fokusere på =Oslo-magasinet tekster. For, Erlik må selv forholde seg til eksisterende forestillinger og situasjonsdefinisjoner – fordi disse ligger som tilgjengelige språklige konstruksjoner, men også fordi både de rusavhengige, redaksjonen og leserne orienterer seg og kommuniserer gjennom dette meningslandskapet.

## 4.4 Oppsummering

I den norske narkotikadebatten er to motstridende hovedperspektiver dominerende: forbudslinjen og skadereduksjonslinjen. Argumentasjon ut fra de ulike perspektivene tegner ulike bilder av situasjonen, og kan ses som inngående i ulike fortellinger om rusavhengighet. Forbudslinjens situasjonsdefinisjon ser rusavhengighet som årsaken til samfunnsproblemer som kriminalitet, normbrudd og uorden, og den rusavhengige får fort rollen som kriminell. Skadereduksjonslinjen tegner et annet bilde av situasjonen, der rusavhengighet først og fremst ses på som et resultat av at fellesskapet har sviktet enkeltindividet. Den rusavhengige blir her et offer som samfunnet må ta ansvar for.

De to rollene, den kriminelle og offeret, har helt ulike rolleegenskaper. Der den kriminelle framstilles som en aktiv aktør som må ta ansvar for egne handlinger, er offeret gjerne passivt og preget av determinisme og strukturenes makt. En annen rolle, nemlig rollen som en av ”de elendige”, kombinerer trekk fra både den kriminelle og offeret, og står som eksempel på hvordan språk og fortellinger kan kombineres og brukes kreativt. Likevel kan



man se at enkelte beskrivelser fester seg mer enn andre og etablerer seg i standardiserte fortellinger. Fortellinger kan dermed ses på som både et kreativt verktøy som kan brukes av den enkelte, samtidig som forestillingene er vanskelig å endre og det dannes dominerende og normative bilder.

Fordi ulike fortellinger og roller skaper ulike forventninger om handling, er det ikke likegyldig hvilken fortelling en rusavhengig plasseres – eller plasserer seg selv – i. I situasjonsdefinisjonene som hovedperspektivene i narkotikadebatten setter opp, kan man se at forbudslinjen representerer en fortelling med vekt på aktørens valg og handling, mens skadereduksjonslinjens fortelling har et mer deterministisk utgangspunkt der individet i stor grad er styrt av strukturer. Dermed får de rusavhengige ulik grad av handlingsrom i fortellingene, som igjen gir ulike forventninger til de rusavhengige. Som følge av fortellingenes oppbygning som vektlegger enten aktør eller struktur, blir også spørsmålet om skyld og ansvar i forhold til rusavhengighet plassert. Her ser vi at handlingsmotivasjonen som kommer som et resultat av rolleegenskapene til den kriminelle, blir veid opp av skyld, og motsatt for offerrollen.

---

## 5. MAGASINETTS STRATEGI OG FORTELLING

I dette kapitlet står =Oslo-magasinetts tekster i fokus. Jeg beveger meg nå fra en mer generell redegjørelse for forestillinger om rusavhengighet, til Erliks egen beskrivelse og fortelling, for å svare på oppgavens ene hovedspørsmål: hvordan framstilles rusavhengige i =Oslo?

Tidsdimensjonen – hvordan det skrives om fortid, nåtid og framtid – står sentralt i analysen, for å få tak i hvordan magasinet skisserer tilværelsen som rusavhengig i forhold til et forløp. Den narrative strukturen i tekstene, eller i magasinet som helhet, er dermed analysens røde tråd. I tillegg står plottet sentralt som et sammenbindende element i fortellingen.

Tekstene som analyseres i dette kapitlet er alle enten skrevet av faste redaksjonsmedlemmer, eller det er tekster som på annen måte representerer rusavhengige og sosialt vanskeligstilte, for eksempel intervjuer med =Oslo-selgere eller tidligere rusavhengige som forteller sin historie. Samfunnet beskrives dermed ut fra et bestemt perspektiv og tekstene kan ses som sterkt knyttet til Erliks formål om å tale de marginaliserte gruppers sak og å synliggjøre deres problemer.

Som formidler av et budskap gjennom et språk, er magasinet avhengig av tilgjengelige språklige strukturer og fortellinger. Samtidig har disse strukturene også et kreativt potensial, som beskrevet i forrige kapittel. Begge disse aspektene, det faste og det foranderlige ved fortellinger og deres roller, vises i magasinetts tekster. Kulturelle fortellingens tilstedeværelse kommer til syne i en spenning som preger magasinet, en spenning av motsetninger, mellom hat og elsk, kulde og varme. Spenningen forplanter seg i magasinet ved at ulike roller settes opp for den rusavhengige – roller som på én måte står i opposisjon til hverandre og inngår i ulike fortellinger om rusavhengighet, men som også kan forstås som en strategisk og kreativ balansering av rolleegenskaper.

Som bakgrunn for dette kapitlet, står situasjonsdefinisjonene fra forrige kapittel. Der ble det vist hvordan forskjellige perspektiver skisserer ulike forløp som gjør alternative roller tilgjengelige for de rusavhengige, og hvordan dette igjen gir ulike forventninger om handling. Når magasinetts tekster nå står i fokus, kan man se hvordan disse situasjonsdefinisjonene møtes av Erlik og av de rusavhengige selv.

Analysen tar utgangspunkt i fire sentrale tendenser ved de utvalgte tekstene, nemlig magasinetts samfunnsdiagnose, personifisering av rusavhengige, tematisering av likhet og av suksess. Disse representerer ulike deler av magasinetts skisserte forløp – deler som ikke

---

nødvendigvis henger naturlig sammen, hadde det ikke vært for en sammenbindende rolle som holder det hele sammen og skaper et meningsgivende plott.

## 5.1 Samfunnsdiagnose: den kalde moderniteten

Men det er ikke penger dette handler om. Evnen til dialog og samarbeid mellom myndigheter og organisasjonsplan er nøkkelen. Manglende samarbeid og griskhet leder til at de det egentlig kjempes for blir lidende ("Tanker om fattigdomskamp", =Oslo nr 5: 18).

Mange av tekstene i =Oslo som er skrevet av faste redaksjonsmedlemmer, kommenterer samfunnet og fungerer som en slags samfunnsdiagnoser. Tekstene er gjerne negative og dystre, og forteller om et samfunn som er kaldt og byråkratisk, og som har sviktet de svake. "Det er noe galt med systemet", er et typisk uttrykk for misnøyen.

Sviket fra samfunnet blir sett på som en sentral årsak til rusavhengigheten. Samfunnets kulde og lite åpenhet har for det første ledet individene *inn* i en situasjon som igjen har ført til rusavhengighet, for eksempel ved at man ikke ble tatt vare på i barndommen, skole og barnevern fanget ikke opp problemene, man hadde lærevansker og ble forstått som dum, og ADHD ble ikke møtt med forståelse og som et medisinsk problem. For det andre, virker samfunnet som et hinder for å komme seg *ut* av avhengigheten. Det kan være ved at tilbudet om avrusning ikke kommer til rett tid, at det følger med for mye byråkrati, moralisme og krav, og for lite forståelse i en avrusningssituasjon, og at man blir møtt med stengte dører og avvisning. Her finner vi igjen trekk fra situasjonsdefinisjonen fra forrige kapittel som argumenterte ut fra et skadereduserende prinsipp; også der ble rusavhengighet forstått som en virkning av at fellesskapet hadde sviktet den enkelte.

Sårhet, sorg og mangel på kjærlighet er ting man ikke kan kontrollere og velge seg bort ifra. I vår by er det dessverre alt for mange mennesker som skjuler sin ensomhet, sine tap og sin underslåtte verdighet. Fordi det ikke er normalt.(...) Jeg vil si at vi velger å skape "tapere", sosiale utskudd i vårt samfunn. Har vi gått for langt i å skape? Skape suksess. Skape forventninger. Skape press på individer. (...) Spørsmålet er hva vårt land er best tjent med? Penger, eller mennesker? Ro, eller vill jakt? ("Mennesker og valg", =Oslo nr 3: 6)

En viktig grunn – som formidles gjennom tekstene – til at samfunnet svikter rusavhengige og vanskeligstilte, er verdiene som preger det moderne samfunnet. Penger og fortjeneste blir forstått som bestemmende; kapitalisme, markedsmekanismer og et jag etter profitt forstås

---

som styrende, framfor medmenneskelighet, toleranse og varme. Regler og byråkrati begrenser individet; kulde og stivhet hindrer utfoldelse og reell valgmulighet.

Uten sammenlikning for øvrig er nordmannen for suveren å regne når det kommer til uforskyldt arroganse. Vi er blodkalde. Ikke bare litt kjølig, men oppsiktsvekkende kalde og arrogante mot fremmede landsmenn, oss selv og så godt som alle andre. Dette gjelder selvsagt først og fremst hovedstaden. (...) Oslo er en av Europas kjøligste hovedsteder ("Kjølig gjestfrihet", =Oslo nr 5: 5).

Som i mye litteratur om moderniteten, for eksempel Knut Hamsuns *Sult* fra 1890, blir storbyen selve bildet og symbolet på det moderne samfunnet. Det er her individualismen, kapitalismen og kulden er tydeligst, i kontrast til et samfunn preget av fellesskap, samhold og tilhørighet. *Sult* innledes med hovedpersonen som sier: "Det var i den Tid jeg gikk omkring og sultet i Kristiania, denne forunderlige By som ingen forlater før han har faat Mærker av den" (Hamsun 1968: 7). Noe liknende kunne vært skrevet i =Oslo. En tekst i magasinet beskriver forholdene ved "Trafikkmaskinen" i Oslo sentrum, og forsterker inntrykket av kulde, skitt og umenneskelighet ved byen:

Sprøyter fulle av blod bekler den nedstøvede grusen. Rushtrafikken bråker aggressivt og unaturlig fra trafikkmaskinen mellom Oslo S og fjorden. For de aller fleste tjener dette asfaltkomplekset som en utrivelig, men effektiv gjennomfartsåre. Under disse veiene har en gruppe heroinavhengige og hjemløse funnet seg et hjem. Et sted reservert for avfall, utrivelig selv for rotter og utenkelig for mennesker. Bokstavelig talt i skyggen av timilliarders-festen som skal bli den nye operaen. Et telt bygd med stjålne byggematerialer, som en slags gapahuk fra helvete ("I trafikkmaskinens ly", =Oslo nr 5: 17).

Det framstår som noe paradoksalt at Oslo blir beskrevet så negativt og kaldt i kommentarene. Selve magasinet er jo en slags hyllest til byen, og magasinet inneholder samtidig fargerike bilder og artikler – nesten som reiseskildringer – av drabantbyer og lokale miljøer i Oslo. Likevel blir altså livet i byen ofte sett på som en sentral og medvirkende årsak til narkotikatilværelsen og hjemløsheten i mange av tekstene.

- (...) Jeg hater Oslo. Jeg hater måten mesteparten av menneskene her oppfører seg på. Du kan ikke begynne å snakke med noen uten at du har noe å tilby dem, eller de har noe å tilby deg ("Vannmannen", =Oslo nr 4: 61).

Byen blir en representasjon på moderniteten, slik moderniteten framstår for dens kritikere, og dermed også en sentral grunn til rusproblemene. Man kan si at storbyen blir stående metonymisk for hele moderniteten, altså at byen som en *del* av det moderne samfunnet blir

---

selve bildet på *hele* det moderne samfunnet (Frønes 2003: 71, 103; Thwaites m.fl. 2002: 48-54). Som symbol, blir byen dermed en metafor for fortellingen om moderniteten slik vi kjenner den fra modernitetskritikken.

Hver dag møter jeg mennesker som er i kontakt med hjelpeapparatet. De bruker ord som å bli sett ned på, ikke bli forstått, ikke bli trodd på, føle seg diskriminert. De snakker om det samme og det de kort oppsummert snakker om – er kulde. De snakker om utestengelse. Og som regel snakker de om noe som heter sosialkontor ("Varme og kulde", =Oslo nr 5: 2).

Hvis storbyen er bildet på moderniteten, er sosialkontoret bildet på byråkrati og intoleranse. De redaksjonelle tekstene og utsagn fra rusavhengige forteller om lange ventelister og liten forståelse i møtet med sosial- og helsevesenet. Sosialkontoret blir statens ansikt utad overfor de vanskeligstilte, dette er stedet de kan henvende seg for å få hjelp. Men det er også her de møter moralisme, kølapper og papirmøller.

"Nå er vi lei av å høre om ADHD. Kom deg til legen og bli frisk!" Det ropte hun sist jeg var på sosialkontoret. Hun lente seg ut gjennom luka, som om hun holdt en tale for alle som var der. De skvatt opp fra hvert sitt søknadsskjema der de satt ved bordet med den gråblå glassplata. Men damen var ikke ferdig. "Du har fått avslag på den søknaden!" ropte hun. Prøvde hun å forlenge vikariatet sitt? Jeg tok opp skjemaet fra sekken og vifta med det foran nesa hennes. (...) "VI ER LEI AV AT DERE BARE KOMMER HIT FOR Å FÅ PENGER TIL NARKOTIKA!" skrek hun tilbake ("Dagfrids historie", =Oslo nr 9: 33).

Sosialkontoret blir beskrevet som et sted med personer uten forståelse for rusavhengiges problemer, og med regler som virker som et hinder ut av rusavhengigheten og hjemløsheten. Tilbudet finnes ikke til rett tid, og moralismen rår på de tiltakene som allerede eksisterer.

Sosialkontoret *er* systemet, og Oslo *er* modernitetens kulde. Hvis man bare leser disse kommentartekstene i magasinet, sitter man igjen med et inntrykk av byen som et kaldt og rått sted. Beskrivelsene minner om de klassiske sosiologenes bekymring for samfunnsoppløsning, for tap av sosial tilhørighet og for tap av menneskelighet. Tekster som omtaler kapitalismens preg på samfunnet, har liknende trekk som fra Karl Marx' beskrivelser av hvordan kampen om profitt og eiendom er det styrende behov, om fremmedgjøring av enkeltmennesker, og om avmakt (Hughes, Sharrock og Martin 2004). Kommentarer om sosialkontoret og behandlingssystemet kan minne om Max Webers byråkratiske jernbur (Hughes m.fl. 2004, Weber 1973), og beskrivelser av Oslos kulde og umenneskelighet, kan minne om Georg Simmels karakteristikk av storbyen – blasert, blasert, blasert.

---

likegyldighet, økonomisk egoisme og en stadig streben etter penger (Simmel 1902). Simmel skriver om byen:

Men den moderne storby lever nesten utelukkende av å produsere for markedet, dvs for helt ukjente avtagere som aldri kommer innen synskretsen til den egentlige produsent. På denne måten blir det, hos begge parter, noe ubarmhjertelig saklig over interesseforholdet: Deres økonomiske egoisme, som er forstandsmessig og beregnende, behøver ikke frykte for å avspores av de personlige forholds utgrunnelige aspekter (Simmel 1902: 90).

Og videre:

(...) prisen er at hele den objektive verden fratras sin verdi, hvilket da til sist unngåelig medfører at også ens egen personlighet får følelsen av heller ikke å ha noen verdi. Denne blaserte form for eksistens er noe som angår subjektets forhold til seg selv. Med for at subjektet skal makte å bevare seg selv overfor storbyen, avkreves det også en væremåte vis-a-vis samfunnet som ikke er mindre negativ. Storbyennes intellektuell innstilling til hverandre kan man formelt sett betegne som reserverthet (Simmel 1902: 93-94)

Menneskene som reserverte, følelsen av å ikke ha noen verdi, blaserthet, marked og økonomisk egoisme som styrende for interesseforhold, er trekk som Simmels beskrivelse av storbyen og =Oslos beskrivelse av samfunnet har felles.

Også felles med magasinet, er disse klassikernes noe ambivalente forhold til moderniteten. Weber og Simmel er kritiske og nostalgiske, men ser også at byråkratiet og byen har positive trekk, og Marx forstår kapitalismen som et nødvendig steg i riktig retning, mot noe bedre (Weber 1973, Simmel 1902, Hughes m.fl. 2004). =Oslos kombinasjon av kritiske tekster og hyllest av byen gjennom bilder og prosjektet generelt, kombinerer en nostalgisk lengsel tilbake med et ønske om å bevege seg framover. Dermed trekker magasinet på flere leire i sin samfunnsbekymring; magasinet har trekk av både konservatisme og utopi.

Magasinets kombinasjon av kritikk og hyllest av byen, kan ses som en spenning mellom mangfold og kulde. Spenningen kan forstås i lys av Erliks formål og utgangspunkt: foreningen ønsker en inkludering av rusavhengige og hjemløse. Her må mangfold være et mål, slik at flest mulig kan være en del av fellesskapet. På samme tid er foreningens utgangspunkt at disse menneskene allerede er ekskludert fra dette storsamfunnet. Til dette er det forbundet såre følelser og et behov for forklaring: samfunnet er kaldt og rått, og har ikke plass til annerledeshet.

Vi ser at hyllest og hat, ønsker om inkludering sammen med en artikulert distansering, opptrer samtidig, paradoksalt nok. Denne spenningen kommer igjen til syne i magasinet andre trekk, men da mer konkretisert. Samfunnsdiagnosen står derfor som en slags overordnet tendens som trekkes på også i tekster der andre budskap er i sentrum.

## 5.2 Personifisering: offerrollen

Som vist, har samfunnskommentarene trekk fra situasjonsdefinisjoner som kan plasseres sammen med et skadereduserende prinsipp, i og med at årsaken til rusavhengighet vektlegges og ansvaret legges på samfunnet eller "systemet". Dette inntrykket blir ytterligere forsterket når man ser på selgerintervjuene:

- Overalt i samfunnet er holdingen at du har deg selv å takke, hos leger, sosialkontor og trygdekontor. Men jeg visste ikke omfanget av det jeg beveget meg inn i. Jeg gjorde en feil. Finn en person som ikke har gjort en feil. Vi som har gjort den feilen bør ha mulighet til å rette den opp igjen, til rehabilitering, komme ut i arbeidslivet. Hans-Erik har også stått to år på venteliste for avrusning og rehabilitering. Da han endelig fikk tilbudet i sommer var motivasjonen borte.
- En måned etterpå angret jeg forferdelig. Men når folk vil bli rusfri er det viktig å dra dem ut av gata med en gang ("Byen fanger", =Oslo nr 6: 18).

Mens kommentarene for det meste gir generelle beskrivelser og skildringer av samfunnet på strukturnivå, gir selgerintervjuene beskrivelser på individnivå. Intervjuene eksemplifiserer det som står i kommentarene ved at de er personlige historier som forteller om hvordan den enkelte har "falt utenfor", og deres møte med ulike institusjoner, eller behandlingssystemet. Mange forteller om stengte dører, manglende oppfølging eller tiltak som ikke fungerer.

- Jeg bor heller på gata enn på hospits, sier han. Man blir lei av det, alle gærningene samla under ett tak, liksom, ler han. Det er ikke mye bedre enn fengsel, du blir umyndiggjort, og får ikke noe hjelp der. Det blir bare en oppbevaringsboks. Dette med fengsel er noe han kan noe om.
- Fengsel skremmer meg. Han har sittet inne flere ganger, første gang som tenåring på Tunga i Trondheim. (...) Det fungerer ikke, sier han. (...)
- Da jeg gikk ut porten på Tunga hadde jeg en søppelpose med noe klær, og *ingen steder å gå til* ("For snill for dette livet", =Oslo nr 4: 41).

Meningsløsheten i samfunnet og i hverdagen gjør at noen flykter inn i rusen. De rusavhengige framstår slik som ofre – ofre for samfunnets kulde, følelsesløshet og byråkrati. De er fortvilet over situasjonen, men har ingen kontroll over hva som skjer. Fortvilelsen og den manglende kontrollen over eget liv, gjør at rusen for mange blir en nødvendighet:

Ifølge han selv er all falskheten og ondskaperen han ser én av årsakene til at han trenger heroin.

– Mange godtar ting slik de er. Jeg er dypt fortvilet, og dopet gir meg fred, forteller han. (...)

– Oslo er i ferd med å bli en slags politistat. Vi blir jo bortvist uten grunn. Men det er ikke pekefinger og fengsel som hjelper, det er forklaringer og samtale, også i forhold til de unge. Men politiet og politikerne bryr seg ikke om oss, politikken deres gjør at vi dør som fluer ("En brennende sjel", =Oslo nr 6: 40).

En fortvilelse over manglende forståelse fra omgivelsene i forhold til hvordan man ble rusavhengig – hva som er årsaken til at noen havner i denne situasjonen – er tydelig i magasinet. En kvinne beskriver hvordan hun mener at hun og andre rusavhengige har fått en feilaktig rolle i samfunnet:

I ethvert samfunn vil det være forskjellige roller, hvorav "syndebukken" er én av dem. Fra tidligere tiders hekser, via jøder og til våre dagers narkomane. (...) I vårt samfunn er det mange som er avhengige av oss på skyggesiden for å beholde jobben og opprettholde sin levestandard. For eksempel sosionomer, miljøarbeidere og politi. Enkelte ganger, i spesielt paranoide stunder, kan man lure på om dette kan være noe av årsaken til tregheten i behandlingsapparatet og det (muligens) manglende gangsynet hos folk som i kraft av sin stilling burde vite bedre. Det sies så fint av enkelte at "vårt mål er å gjøre oss selv overflødige", men er dette et mål i praksis, eller bare vakre ord?

Vi narkomane ivaretar altså flere viktige samfunnsoppgaver:

- Syndebukker – Slik at menigmann skal ha noen å føle seg bedre enn, styrke deres evt. manglende følelse av egenverd.
- Skaper mange arbeidsplasser
- Tar fokuset bort fra mer kompliserte og følsomme samfunnsmessige problemer. (om dette er en viktig samfunnsoppgave er vel heller tvilsomt, men la oss her late som vi ser det fra "styresmaktenes" side.)
- For de som er "snille" mot oss: Gir god samvittighet og et sted å plassere omsorgsevne som ellers ville gått til spille eller blir brukt på hjemløse katter ("Syndige samfunnsroller", =Oslo nr 2: 17).

Teksten viser hvordan kvinnen som har skrevet teksten opplever en uenighet om hvilken rolle hun har: hun forstår seg selv som et offer for et system som igjen stempler henne som en syndebukk. Og, det er ikke bare en generalisering og stigmatisering ut fra en forutinntatt oppfatning av (mangel på) egenskaper hun er sint på, men at denne stigmatiseringen også får konsekvenser for behandlingsapparatet og hennes vei ut av rusavhengigheten. Hun ser seg selv som en brikke i et slags spill hvor det ikke er om å gjøre å faktisk få henne rusfri, men hvor hun tvert i mot er en nødvendig brikke for at resten av samfunnet skal kunne *late som om* de gjør noe edelt og bra, og få god samvittighet.



Kvinnen sier indirekte at hun føler at hun har fått skylden for sine rusproblemer påstemplet, som ”skalkeskjul” for den egentlige skylden som ligger hos samfunnet, eller medmenneskene. Hun ser sin rolle som sydebukk som beleilig for samfunnet, men som ødeleggende for henne. Vi kan tolke utsagnet som at hun mener at skylden og ansvaret har blitt feilaktig lagt på henne som enkeltmenneske – som om hun hadde rollen som en av ”de elendige” eller som en kriminell. I kvinnens situasjonsdefinisjon er ikke dette tilgjengelige roller, for det er ikke hos enkeltindividet at problemet ligger, men hos behandlingssystemet og samfunnet generelt.

Kjente rollers funksjon kommer tydelig fram i dette sitatet, ikke minst hvordan ulike roller står i kontrast til hverandre. Forfatteren av teksten plasserer seg selv i en offerrolle, kanskje ikke bevisst, men på bakgrunn av forståelsen av sin egen biografi og livsløp. Hun plasserer seg selv i et forløp, i en fortelling, hvor hun som rusavhengig er *virksomheten* av samfunnets kyniske holdning og et dårlig fungerende behandlingsapparat. I forbudslinjens fortelling om den kriminelle og i Thomas Strands (2005) ”de elendige”, er derimot rusavhengigheten *årsaken* til samfunnsproblemer.

Det samme eksemplet illustrerer også hvor godt vi kjenner kulturelle roller. Rollene inngår i store kulturelle fortellinger på et makronivå, men samtidig gjør kjennskapen til dem at de kan brukes på individnivå for å få fram budskap. Kvinnen tar i bruk sydebukken, som de fleste kjenner, og trekker på vår kulturelle kunnskap om denne figuren for å beskrive sin egen opplevelse. Selv om hun ikke bruker ordet ”offer” om seg selv eller andre rusavhengige, viser ironien og sarkasmen i teksten at det er på et samfunnsplan at problemene ligger og at fordi samfunnet trenger noen å legge skylden på, blir hun og flere med henne den lidende parten.

#### **Du skulle ha sett du...**

Du skulle ha sett du, alt det jeg har sett  
 Du skulle ha hørt, alt det jeg har måttet høre  
 Du skulle ha prøvd alt jeg har måttet prøve  
     Men mest av alt  
 Du skulle ha fått prøvd å møte alle veggene,  
     alle de lukkede dørene  
     Og sist, men ikke minst  
 Du skulle prøvd hvordan det er å møte alle  
     avslagene jeg har måttet tåle  
     Da spør det vel om ikke du med,  
     ville ha blitt fortvila som jeg er blitt  
 (”Du skulle ha sett du...”, =Oslo nr 6: 71).

---

Når tekster i =Oslo plasserer rusavhengige i en offerrolle, gjennom å vise hvordan samfunnet har sviktet disse personene, står dette som en motvekt til en mangel på forståelse for hvorfor noen blir avhengig av narkotika. Som vist, vitner utsagn i selgerintervjuer og tekster skrevet av rusavhengige om at en slik mangel på forståelse er opplevd. Offerrollen fungerer derfor som en slags forklaring på hvorfor noen er rusmisbrukere, hvorfor situasjonen er som den er.

### 5.3 Likhet: alle er like unike

Magasinets samfunnsdiagnose og personifisering legger altså vekt på strukturer og determinisme, idet rusavhengighet skal forklares og begrunnes. Det neste trekket ved magasinet, nemlig tematisering av likhet, representerer en overgang fra en situasjonsdefinisjon som tar utgangspunkt i strukturene, til mer vektlegging av aktøren.

I en kinesers øyne ser vi nordmenn like ut. Så "de fleste" i verden ser ikke forskjell på deg og naboen din (uten tittel, =Oslo nr 4: 55).

Konstruksjon av likhet og forskjellighet har en sterk plass i =Oslo, mer eller mindre implisitt, gjennom temavalg, bilder og formuleringer. I tittelen på både magasinet og foreningen, =Oslo og Erlik, står likhetsbegrepet sentralt. Her kan likhet tolkes som både det matematiske symbolet "=" og bety sannhet eller resultat; magasinet og prosjektet forteller oss en sannhet om byen, viser oss en skjult virkelighet, lar oss bli kjent med en gruppe mennesker og deres hverdag som vi ellers vet lite om, til tross for at de er en del av byens befolkning. Eller, Erlik kan bety likhet som i det å være likedan.

Relasjonen til likhetsbegrepet er ambivalent i magasinets tekster. På den ene siden avvises en oppfatning om likhet, på den andre siden ønskes en større bevissthet om likhet, det vil si en bevissthet om at alle mennesker faktisk er ganske like. Forskjellen ligger i hvilken mening man legger i ordet.

De fleste samfunn støter ut folk de ikke har bruk for, også Norge. I vårt likhetssamfunn er de utstøtte desto med påfallende, i sterk kontrast til den velstående og nesten altomfattende middelklasse. En effektiv måte å støte ut på er å kategorisere, sette grupper i bestemte båser. Narkomane er et godt eksempel: man prater ikke med en narkoman som man prater med andre ("Bakgrunns mennesker", =Oslo nr 1: 11).

I sitatet ser vi hvordan "likhetssamfunn" blir brukt med en negativ ladning. Likhetssamfunnet blir sett på som et samfunn som støter ut dem som ikke passer inn, likhetssamfunnet plasserer dem som er annerledes i båser og ekskluderer dem fra

majoriteten. Her ser vi hvordan den negative betydningen av likhet blir knyttet til stigmatisering, i denne sammenheng av gruppen som omtales som narkomane.

Når en stor gruppes fellesskap og kollektive identitet, og dermed likhet, understrekes, ekskluderes alle som ikke tilhører denne gruppen. Et skille skapes mellom majoriteten og minoriteter. En klassifisering av mennesker innebærer gjerne en svart-hvittoppfatning der det mest karakteristiske er vektlagt. Dermed får de marginaliserte gruppene *sine* kjennetegn. Resultatet er at de som tilhører gruppen blir sett på som én masse, hvor individuelle forskjeller overses.

Samtidig kan likhet også knyttes til noe *positivt*, idet det handler om likhet som går på tvers av grupperinger. Det neste sitatet kan brukes som illustrasjon:

Jeg har lyst til å gjøre andre ting, som å starte et band. Jeg spiller gitar og har flere musikere for hånda. Før var jeg aktiv, og gikk blant annet skiturer i Marka. Men det får jeg ikke til nå. Ellers kunne jeg tenkt meg å drive med noe innen tegning, det faget fikk jeg S i, husker han ("En brennende sjel", =Oslo nr 6: 40).

I dette sitatet ser vi hvordan egenskaper og interesser til den intervjuede blir vektlagt. Sitatet er fra et intervju med en som er rusavhengig, og som dermed tilhører en marginalisert gruppe som ikke passer inn i likhetssamfunnet. Intervjuet legger likevel vekt på det unike ved denne personen, og peker på karaktertrekk som er uavhengig av rusavhengighet. Intervjuene i magasinet motarbeider slik en inndeling av informantene i båser og en overgeneralisering som stigmatisering gjerne fører til. Beskrivelsene viser at som alle andre, er også rusavhengige og hjemløse en differensiert gruppe; alle er vi *like* unike.

Som tidligere beskrevet, konnoterer offerrollen passivitet. Til tross for samfunnsdiagnosens og personifiseringens bruk av denne rollen, kan man også se at andre typer egenskaper uttrykkes i selgerintervjuene. Her er et sitat fra et selgerintervju hvor den rusavhengige selgerens engasjement kommer tydelig fram:

- Vi kan ikke bare gå rundt og klage. Å ikke engasjere seg blir som å stå rolig mens noen denger løs på deg. Verdensproblem kan løses. Hvis vi kommer på rett vei, vil vi få en dominoeffekt, tror Norgård.
- Altfor mange ser bare lykke i penger, men hva skal vi med det hvis vi ikke har mat? Nå må vi bli enige om å si stopp. (...) Politikerne ser ikke løsninger, de spør ikke og de har ikke håp eller drømmer ("En brennende sjel", =Oslo nr 6: 40).

Passiviteten fra både offerrollen og Thomas Strands (2005) "de elendige" er fraværende her, dette er en selger som er samfunnsbevisst og engasjert, og ingen lat og viljeløs person uten framtid. Mange av magasinets selgerintervjuer er slik; det er ingen motsetning å være

---

rusavhengig og engasjert. Individuer med mye engasjement og pågangsmot presenteres leseren, de har meninger og tanker om politiske saker – som miljøvern, sosial- og narkotikapolitikk – og de har planer for framtiden. Dermed beskrives egenskaper som ikke er knyttet til rusavhengighet eller hjemløshet. Rusavhengigheten kommer i bakgrunnen, mens det personlige og unike vektlegges.

I magasinet finner man altså en distansering fra gruppeintern likhet, fordi denne skaper forskjeller mellom grupper, samtidig med et ønske om mer likhet på tvert av grupperinger. Modernitetskritikken som man finner i magasinet kan forstås som et uttrykk for at Erlik ønsker å ta avstand fra majoritetskulturen – en kultur som har ekskludert den gruppen som prosjektet og magasinet skal representere. Kritikken setter spørsmålstegn ved modernitetens premisser for handling og inndeling, og foreslår dermed at andre verdier og premisser bør vurderes – slik at flere kan inkluderes i fellesskapet. Paradoksalt nok, ved å ta avstand fra moderniteten og majoritetskulturen, opprettholdes skillet mellom Erlik og resten av samfunnet, til tross for at dette skillet ønskes nedbrutt.

Likevel, distanseringen fra majoritetskulturen og den negative meningen i likhetsbegrepet, gjelder først og fremst på makronivå, idet samfunnstrekk og verdier beskrives. Ved beskrivelser på individnivå, av enkeltmennesker, forstås likhet som noe positivt, som en unikheter som gjelder alle.

### Visuell likeverd og identifisering: en bildeanalyse

Magasinet er preget av mange bilder og fotografier. Særlig karakteristisk er nok de store portrettene som står sammen med intervjuene av selgere og rusavhengige. Fotografienes egenskaper gjør dem interessante fordi de sier mye om framstillingen av den rusavhengige som representasjon i =Oslo. Som produsent av magasinet, og som fotograf av bildet, har den faktiske avsenderen en forestilling om mottakerne, adressaten. Gjennom framstillinger av rusavhengige, kan Erlik bevisst eller ubevisst påvirke relasjonen mellom seg og kjøperne, og mellom rusavhengige og leserne (Kress og van Leeuwen 2006; Thwaites m.fl. 2002).



Foto: Dimitri Koutsomytis, =Oslo nr 7

De mest sentrale elementene ved portrettene i =Oslo, slik jeg ser det, er fire karakteristiske trekk: bildets nærhet til objektet, størrelsen på bildene, perspektivet (vinkelen) bildet er tatt i, og blikket til den avbildede.

Portrettene er tatt med kort avstand til personen som er avbildet, de er nærbilder med en "intim distanse" til objektet (Kress og van Leeuwen 2006: 125); kun hode og noe av hals og skuldre er synlig på bildet, og ingen andre personer eller gjenstander er med. I tillegg er bildene store og dekker en helside i magasinet, som er litt større enn A4-størrelse. Til sammen får ansiktene en nesten reell størrelse, som om man skulle ha møtt personen ansikt-til-ansikt. I hverdagen er det den sosiale relasjonen som vanligvis avgjør hvilken avstand man har til personer; de du kjenner godt er det greit å være tett innpå, men ikke fremmede.

---

Nærheten man får til de avbildede personene i =Oslo, uttrykker dermed noe om intimitet eller nært bekjentskap – man møter dem som om man var venner (Kress og van Leeuwen 2006: 124).

Stort sett er alle portrettene i =Oslo tatt på samme måte: rett forfra og i øynehøyde, noen ganger også litt nedenfra. Synsvinkelen er valgt for seeren av avsender, det er et ”subjektivt” bilde (Kress og van Leeuwen 2006: 129-133); man kan ikke se personen på bildet på en annen måte. I forhold til hvordan man vanligvis ser rusavhengige og hjemløse, er vinkelen antageligvis uvant: ofte ses disse menneskene ovenfra, gjerne sittende på bakken med et pappkrus. Mens et slikt ovenfra-og-ned-perspektiv kan symbolisere forskjell, i og med at man er på forskjellige nivåer, både bokstavelig og billedlig talt, sier =Oslo-portrettene noe om *likhet*: den avbildede og seeren er på samme plan – det er ingen maktforskjell (Kress og van Leeuwen 2006: 140).

Perspektivet som fotografiene er tatt fra, gjør at den avbildede ser rett inn i kamera og møter blikket til leseren av magasinet. Øynene er åpne – det er et våkent blikk. Kontrasten til sløvheten som narkotikabruk gjerne forbindes med, er stor. Rusen er ikke synlig til stede her. Det direkte blikket kan uttrykke *sannhet* – å se noen rett inn i øynene er et tegn på at man forteller sannheten, slik man som barn lærer det av barnehagetanten eller foreldre som sier ”se meg i øynene når du snakker til meg”, eller man sier ”kan du gjenta det mens du ser meg inn i øynene?”, for å se om noen snakker sant. Det krever mye å se noen inn i øynene samtidig som man lyver. Dermed forsterker portrettene den betydningen som kan ligge i navnene ”Erlík” og ”=Oslo” om at foreningen forteller hvordan noe faktisk er, at prosjektet viser virkeligheten.

I tillegg viser et åpent og direkte blikk at man ikke skammer seg. En som skammer seg, ser ned i bakken, mens en som har stoltheten i behold ikke er redd for å møte blikket ditt. Sammen med våkenhet og sannhet, sier det direkte blikket dermed noe om at den rusavhengige ikke skammer seg for hva han eller hun er – skyldfølelsen er tilsynelatende fraværende, noe som jeg har vist at kan knyttes til offerrollens egenskaper, men som jeg senere skal vise at ikke nødvendigvis trenger å bryte med en vektlegging av den individuelle personens egenskaper og handlingsrom.

Blikket er oppmerksomhetsskapende, som Søren Kjørup skriver (2003: 34). Og, det skaper ikke bare en oppmerksomhet mot den avbildede, men mot det som denne personen ser *på*. Her vil det si magasinleseren selv. Blikket fungerer dermed som en måte å adressere leserne på, og skaper et bånd mellom adressenten – den avbildede i dette tilfellet – og adressaten – den forestilte mottakeren av blikket. Blikkontakten skaper et slags fellesskap

---

mellom den rusavhengige og leseren som gir et blikk tilbake ved å se på portrettet (Thwaites m.fl. 2002: 18-21). Kontakten som etableres er riktignok bare imaginær, i og med at det bare er magasinleseren som faktisk opplever å bli møtt av den avbildedes blikk, og ikke omvendt. Likevel sier blikket mye om Erliks ønskede relasjon mellom rusavhengige og magasinkjøperne; en direkte øyekontakt *krever* noe av leseren, av magasinkjøperen, av representanter for majoriteten (Kress og van Leeuwen 2006: 116-124). Portrettet krever at leseren blir oppmerksom på seg selv og sin egen handling i forhold til de rusavhengige, og krever at en relasjon etableres – det kjente er ikke lett å overse, og hvis folk føler at de kjenner gruppen som Erlik representerer, er mye av foreningens formål nådd.

Personen på portrettet står som representant for gruppen mennesker som Erlik skal representere – rusavhengige, hjemløse og vanskeligstilte. I tillegg til at teksten som hører til bildet ofte forteller hva slags livssituasjon personen er i, kjenner vi igjen en del visuelle tegn, som ødelagte tenner, på at denne personen er (eller har vært) rusavhengig. Slik sett, kan den avbildede stå som et bilde på rusavhengighet, metaforisk og metonymisk (Thwaites m.fl. 2002: 48-57), sånn vi vanligvis kjenner det. Samtidig bryter også portrettene med et typisk og mytisk bilde på rusavhengighet, enten det er som et offer eller som en kriminell: personen på bildet smiler, er våken og møter blikket til leseren i øynehøyde. Inntrykket av sannhet som blikket gir, sammen med naturlige farger og lys, sier noe om at selv om bildet bryter med noe vant, er ikke dette nødvendigvis mindre sant enn en mer mytisk forestilling, bildet er tvert i mot *troverdige*.

Dermed ser vi hvordan fotografiene kan bidra til å endre en mytisk oppfatning av rusavhengighet. Med semiotikkens begreper, kan man si at bildene er med på å løse opp denotativ og mytisk mening, til mindre fast og heller konnotativ mening (Thwaites m.fl. 2002: kapittel 3). Oppløsning av myter, innebærer også en oppløsning av binære opposisjoner (Thwaites m.fl. 2002: 67), det vil si relasjoner som er redusert til et enten-eller, et ”vi” og ”de andre”. Neste bildeserie viser hvordan dette gjøres ytterligere i =Oslo:



Foto: Dimitri Koutsomytis, =Oslo nr 4

Portrettene over er alle hentet fra =Oslo nummer 4. Dette var et spesialnummer som kom ut rett før julen 2005, og bestod hovedsakelig av portretter og intervjuer. Intervjuene og bildene var av både selgere og andre. Hvem er rusavhengig, og hvem er det ikke? Det er ikke alltid lett å se. Sammen med teksten, kommer dette selvfølgelig tydeligere fram, men som fotografi alene, er ikke objektets status eller posisjon i samfunnet viktig for uttrykket. Eller, kanskje er det nettopp denne uviktigheten som er viktig; poenget er at det ikke spiller noen rolle, for alle har et unikt utseende og uttrykk, uavhengig av hva man ellers blir klassifisert som.

Her ser vi hvordan tematiseringen av en *lik unikhet* igjen kommer til syne i magasinet. Det personlige vektlegges ved å avbilde én og én, på samme måte som intervjuene forteller om én og én og vektlegger dennes egenskaper og evner. =Oslo overgår slik et binært skille som differensierer rusavhengige fra ikke-rusavhengige, og jeg vil si at fotografiene gjør dette i enda større grad enn tekstene. Grunnen er at innholdet i intervjuene



er preget av informantens biografiske fortelling, noe som skiller rusavhengige og hjemløse fra andre. Portrettene derimot, forteller ingen annen historie enn det som kan sies gjennom visuell kommunikasjon, og unngår på den måten det verbale språkets nødvendige nominalisering (Kress og van Leeuwen 2006: 19). Det blir opp til leseren å plassere den avbildede i en språklig kategori og vurdere hvilke egenskaper som skal være bestemmende for valget. Flere ”merkelapper” kan være aktuelle – mann/kvinne, ung/gammel, offer, kriminell, hjemløs, narkoman, mor/far, sønn/datter. Selv om en betegnelse som har å gjøre med personens rusavhengighet eller hjemløshet er nærliggende når man leser magasinet, styrer ikke fotografiene hvilken betegnelse som skal brukes i de enkelte tilfellene. Bildene krever slik mer av leseren enn det tekster med konkret språkbruk gjør, og gir ikke mottakeren en ”ferdig” tolkning av det som vises. Fraværet av språklige kategorier gjør at fotografiene forankrer tekstens budskap om en lik unikhet (Thwaites m.fl. 2002: 60, 92), og til en viss grad også overgår dem i styrke og overbevisning.

Til sammen uttrykker portrettene *likeverd*, og en likeverd som er troverdig. Størrelsen, perspektivet, blikket og fokuset på én og én, vitner om disse menneskenes verdighet. Vinkelen, nærheten og relasjonen som skapes mellom adressent og adressat sier at denne verdigheten er personlig og ikke knyttet til gruppetilhørighet. Troverdigheten finnes i konnotasjoner om sannhet. Som betrakter av bildene kommer man tett innpå de avbildede, sannsynligvis nærmere enn man noen gang har vært en rusavhengig. Relasjonen som etableres mellom partene gir et godt grunnlag for identifisering, gjenkjennelse og forståelse hos leseren, til tross for at tilværelsen som rusavhengig og hjemløs er ukjent for veldig mange.

### Likhet som i ”det kan skje alle”

Også en annen betydning av likhet formidles i =Oslo. Her er et utdrag fra et intervju med komiker Jon Schau:

Årene før gjennombruddet hadde han ikke levert inn selvangivelse. Derfor begynte kommunen å sende ham regninger for skatt han ikke hadde betalt, på inntekt han ikke hadde hatt, i årene før gjennombruddet. Alt ballet på seg. (...) Jon ga opp. Han dreit i regningene, han begynte å drikke for å glemme alle inkassoinkreverte han med sitt indre øye så for seg sto utenfor døren hans. Denne paranoiaen hjalp ikke for angsten han hadde slitt med gjennom oppveksten. Det gikk én vei. (...) Men istedenfor å la seg knekke ble Jon sint. Han hadde sett den skitne siden av det norske sosialsystemet

---

og nå ville han fortelle om det. Forestillingen hans, "På bar bakke" har fått strålende mottakelse og gått for fulle hus siden premieren i mai. (...)

- Det er ikke mulig å gå gjennom ting sånn som jeg har gjort, uten å bli tvunget til å føle seg som et offer. (...)

Jon har klart å komme seg ut av sin offerrolle fordi han har vært dødelig ærlig overfor seg selv.

- Jeg har måttet ta tak i livet mitt. Før jeg klarer å være bønn ærlig kan jeg ikke klare å gjøre ting bedre. Før jeg tør å si at jeg har skapt dette livet sjøl og tar ansvar for alt jeg har gjort, kan jeg ikke endre situasjonen min. Om jeg sier at problemene i livet mitt er din skyld, må jeg sitte og vente på at du gjør noe med det. Men det går ikke ("Med rett til å feile", =Oslo nr. 9: 8).

Schaus historie forteller om en liknende skjebne som i selgerintervjuene: Schau var også offer for systemets svik. En feil fra kommunens side og manglende oppfølging fra sosialsystemet trigget en angst som hadde vært i han siden barndommen, og ledet til at han ga opp og begynte å drikke. Jon Schau er kjent og har hatt suksess som komiker. Det han forteller viser at dette kan skje hvem som helst, til og med kjendiser, og til og med ressurssterke folk med evner og humor.

Dermed er ikke rusavhengigheten knyttet til grad av evner eller kapasitet. I denne sammenheng kommer offerrollen til syne som strategisk igjen, og gjør at rusavhengigheten kan knyttes til en strukturell forklaring på et individs situasjon og skjebne, og ikke til individets egen handling. Alle blir påvirket av strukturer i samfunnet. Hvis systemet svikter, kan alle bli et offer og havne i en rusavhengighet.

Til sammen tematiseres altså likhet som positivt i =Oslo i forhold til en lik unikhet, likeverdighet og i betydningen av at rusavhengighet kan skje alle. Aktørfokuserte beskrivelser brukes når egenskaper ved de rusavhengige vektlegges, mens samfunnsdiagnosens og personifiseringens determinisme beholdes når rusavhengigheten skal forklares. Slik representerer likhetsaspektet en mellomposisjon mellom passivitet og aktivitet, og mellom et blikk som rettes bakover og et som rettes framover. Sistnevnte er neste tema.

## 5.4 Suksesshistorier: helten

Det er ikke bare likhetsaspektet ved intervjuet med Jon Schau som gjør denne teksten interessant. For, intervjuet formidler også noe annet, nemlig en fortelling om suksess; Schau var et offer for systemet, men han klarte å komme seg ut av avhengigheten og snu retningen

---

på livet. Slik får dette intervjuet en dobbelt motiverende kraft; alle kan bli avhengig, og det er mulig å komme seg ut av det.

Her ser vi en overgang fra fortellinger om rusavhengighet som noe negativt, til at det blir en fortelling om suksess, til tross for at samfunnet har sviktet. Flere tekster følger et liknende mønster. Historiene handler om personer som en gang har tilhørt gruppen som Erlik representerer, men som nå har kommet seg ut av den tidligere vanskelige situasjonen. Tekstene forteller om en kamp som er vunnet og at endring er mulig; kampen mot systemet, mot rusavhengigheten og stigmatiseringen er ikke tapt.

På den andre siden av en slank kanal som renner foran stadion ligger lokalene til Faktum, =Oslos søstermagasin i Gøteborg. Inne fra et av doene høres en rungende latter. Det er latteren til Hasse Flory Vender. Han trives godt inne i disse lokalene, her har han vært innom daglig for å kjøpe magasiner siden 2001. Men ikke nå lenger. Etter at han klarte å kjempe seg ut av amfetaminavhengigheten sin har Hasse fått seg jobb som maler for Baptistkirken i Gøteborg ("Naboen", =Oslo nr 4: 77).

Hasse beskrives her som glad og lykkelig, med livsmot og livsglede. Mer kjent enn Hasse, er Siv og Knut fra dokumentarserien "Siv og Knut – en kjærlighetshistorie" som gikk på NRK våren 2006. De ble begge rusavhengige etter å ha fått morfin av helsevesenet. TV-serien fulgte dem gjennom et helt år, fra de levde av tigging på gata, gjennom flere avrusningsforsøk, til de tilslutt hadde egen leilighet og var rusfrie eller gikk på legemiddelassistert behandling. Til =Oslo forteller de om avrusningsperioden:

- Sosialetaten sa rett ut at vi ville få mer hjelp hvis vi gikk fra hverandre. Da kunne vi få plass på hvert vårt kollektiv. (...) Da ville sosialen spare penger. Men vi er begge stae av natur, og sammen blir vi urokkelige. Jo mer motstand vi møter, jo staere blir vi ("Siv + Knut = Sant", =Oslo nr 9: 35).

Dette sier Knut når han tenker tilbake på situasjonen han og Siv var i. Det er fordi de kjempet, til tross for mye motstand fra systemet, at de har klart seg. Det ligger en faglig begrunnelse bak situasjonen som Knut foreller om, det er større sjanse for å gjennomføre et vellykket avrusningsopphold hvis man ikke er et par, men bor hver for seg. I sitatet framstår denne begrunnelsen som om behandlingsapparatet ikke ville det beste for Siv og Knut, at de kun ville spare penger. Men det var slik Knut og Siv opplevde situasjonen: systemet var fienden, ikke samarbeidspartneren, som de kjempet i mot. Og de vant denne kampen, på samme måte som kampen mot narkotikaen. De stod mot presset, til tross for alt. I retrospektiv er dette en suksesshistorie, og hendelsene blir plassert i en fortelling om seier.

---

I disse suksesshistoriene ser vi trekk fra en annen kulturell rolle, nemlig helten. Som Jon Schau, har Siv og Knut også vært ofre for systemet, men fordi de nå inngår i suksesshistorier, får de trekk som likner helter. Vi kjenner helterollen. Helten er en som har kjempet, gjerne mot det onde. Helten har "gitt alt" og seiret, til tross for all motgang. Motgangen er essensiell for helterollen, for helten møter alltid noen hindringer på veien, og det er disse overvinnelsene som gjør helten til nettopp en helt. I vår kultur har vi mange typer helter. Vi har sportshelter som greier det bortimot fysisk umulige. I eventyrene har vi superheltene som deltar i kampen mot det onde, og den mer folkelige Askeladden som vinner prinsessa til tross for mange hinder på veien, og til tross for at han bare er en vanlig fyr. I tillegg har vi historiske og nasjonale helter med sterk symbolkraft, som Einar Gerhardsen som gjenreiste Norge etter krigen, og Fridtjof Nansen som reddet sultne barn i Russland og kjempet mot naturkreftene. Felles for alle heltene er at de har hatt mange utfordringer, men likevel har kommet seirende ut.

Odd Are Berkaak og Ivar Frønes (2005) skriver at fortellinger om individet som overvinner sosiale begrensninger, er en av de store senmoderne fortellingene. I denne fortellingens struktur er det tre faser, der den første er preget av press, belastning og en følelse av å være innestengt i det sosiale. Den andre fasen er preget av kamp, energiutfoldelse og grensebryting. I den siste fasen er individet frigjort og kan utfolde seg (2005: 128 - 130). Denne strukturen likner forløpet som skisseres i suksesshistoriene. Her forteller heltene om hvordan de en gang var nedtrykt av det sosiale presset, enten det var byråkratisk rot eller behandlingsapparatets motvilje. Deretter bestemte de seg for å ta opp kampen, ta saken i egne hender og bryte ut av livsmønstrene sine. I dag er de fri fra både systemets og rusavhengighetens jerngrep. Individets kamp mot både rusen og systemet blir slik et hovedtema i suksessfortellingene.

Helterollen skiller seg tydelig fra offerrollen som blir brukt i mange av tekstene: i suksesshistoriene er individet frigjort fra systemets begrensninger, og da er det meste mulig. Spenningen i forholdet til byen og det moderne samfunnet vises på nytt i kontrasten mellom personifiseringens offerrolle og suksesshistorienes helter: kulde og eksklusjon står som forklaringslementer, mangfold og muligheter som ideal. Dermed blir offeret forklaringen og helten idolet.

## 5.5 Optimisten: både offer og helt

Så det jeg egentlig ønsker å si er: TUSEN TAKK til dere som frivillig gjør det mulig for meg og mange andre med meg å leve et verdig liv. For med denne jobben er jeg ikke lenger en belastning for sosialvesenet, slik jeg dessverre var før. Så igjen takk, takk, takk... ("En selgers tanker", =Oslo nr 6: 71).

Mange magasinselgere forteller, i intervjuer eller i egenskrevne tekster, om hvordan de gjennom selgerjobben føler seg mer verdige og stolte over seg selv. Tekstene sier at salg av =Oslo er et skritt på veien, ett skritt i riktig retning, på vei til å bli en suksesshistorie.

Han forteller hvordan livet har forandret seg etter at han begynte å selge magasinene, at han har fått en jobb, en rutine.

- Jeg begynner å få tilbake selvtilliten, føler meg verdifull. At jeg kan se folk i øya og være stolt av det jeg gjør ("Smertestilleren", =Oslo nr 2: 37).

Disse uttalelsene likner på suksesshistoriene, bare at selgerne som regel fortsatt er i et rusmiljø og ennå ikke har kommet seg ut av rusavhengigheten. Men de er på vei, kan det se ut som, og de er positive i forhold til framtiden.

Det er interessant å se at disse positive trekkene finnes i svært mange selgerintervjuer – selv de som forteller om offeret som er sviktet av systemet. De samme intervjuene inneholder dermed både offerrollen, knyttet til en negativ samfunnsdiagnose, og en begynnende suksesshistorie med et positivt syn på framtiden. I det neste sitatet kan man se kombinasjonen:

- Jeg har ikke valgt å være narkoman. Som elleveåring valgte jeg å smake alkohol, et par år senere valgte jeg å røyke hasj. Jeg var et barn. (...)

Hun avsluttet et institusjonsopphold rett før jul for noen år siden. Alle som kunne ha hjulpet med oppfølging skulle ha juleferie. Det sprakk igjen. Uflaks? (...)

- Få ønsker å ha trygdekontorets klienter i nabolaget, det ser ut til at det er vanskelig å finne et sted til meg. Dersom ikke ansvarsgruppa greier det, skal jeg klare det selv. (...)

- Alt skal gå bra. Det begynner å ordne seg for meg nå. Sakte men sikkert blir livet mitt bedre, det har begynt allerede ("Superselgeren", =Oslo nr 3: 32).

I dette sitatet ser man hvordan det å *velge* sin situasjon, står sentralt som forklaringskraft. Kvinnen som blir intervjuet, har ikke selv valgt å bli narkoman. Hun valgte riktignok å smake alkohol og å røyke hasj, men da var hun bare et barn, altså var det ikke et reelt og bevisst valg. Ironien i at hun "valgte" å smake alkohol og å røyke hasj, vises i setningen som kommer før og etter. Derimot vil hun bevisst gå inn for å prøve å finne seg et sted å bo. Det å finne et sted å bo, kan forstås som et skritt i retning av å komme seg ut av rusavhengigheten,

i hvert fall ut av hjemløsheten som preger mange av magasinselgerne. Her tar kvinnen altså et valg; hun skal selv klare å finne seg et sted å bo, det er hennes vilje og ønske.

Mange av selgerintervjuene har den samme utviklingen i den biografiske kronologien: den begynner trist med determinisme, uflaks og svik, men slutter med optimisme, vilje og forventninger. Gjennom denne dreiningen kombineres et negativt syn på samfunnet med en optimistisk forventning til framtiden. Her ser man hvordan samfunnsdiagnosen og offerrollen lar seg kombinere med suksesshistoriene: grunnen er at offerrollen er knyttet til *fortiden*, ikke til framtiden. Man har blitt sviktet, men akter nå å ta saken i egne hender; nå skal det bli en forandring, nå skal han eller hun begynne å ta ansvar for sitt eget liv.

Viljen og ansvaret som heltene i suksessfortellingene også fortalte om, kommer til syne. Både Jon Schau og Siv og Knut ga uttrykk for at det var det å ta tak i sitt eget liv og sin egen situasjon, og en vilje til å kjempe til tross for all motstand, som var nøkkelen til suksess.

Her er et eksempel til fra et intervju med en =Oslo-selger som viser den samme utviklingen:

Selv har han opplevd at søknaden om penger til rehabilitering ble avslått fordi han var 23 år, fordi narkotikamisbruket "ikke var langt nok fremskredet".

- Det er helt vanvittig. Hva er best – å ta dem når de er unge eller når de har kommet så langt at håpet er ute? Jeg mener, håpet er aldri ute. Med det blir vanskeligere og vanskeligere. (...)

Men han har bestemt seg. Han vil klare å komme seg ut av det.

- Min visjon er at jeg skal bli nykter. Og så skal jeg forandre verden. Seriøst. En enkelt person kan skape forandring, sier Hans-Erik. Han vil jobbe med rusproblematikk. Snakker om hvordan alle trenger individuell behandling, som er tilpasset deres behov. Hvordan det lønner seg for samfunnet ("Byen fanger", =Oslo nr 6: 18).

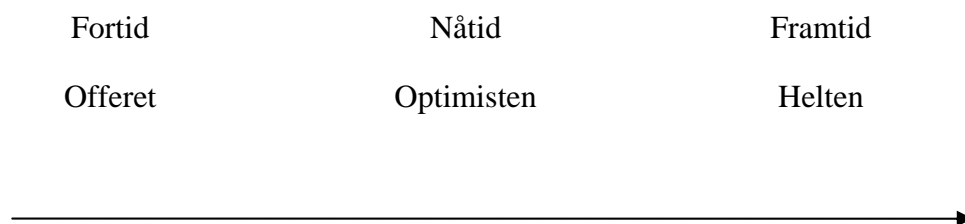
Hendelsene som *har skjedd*, som samfunnets svik, forklarer hvorfor de har havnet eller blitt værende i en rusavhengighet, og plasserer de avhengige i en offerrolle. De har møtt stengte dører, kulde, eksklusjon og uvitenhet. Samtidig likner de også heltene fordi de kjemper og de har ikke tenkt å gi opp kampen til tross for mye motgang. Men de har ennå ikke nådd det endelige målet, de er ikke rusfrie, og er derfor heller ikke helter ennå. Deres håp gjør at de på mange måter tar helterollen på forskudd – de er *optimister* og de strekker seg mot en heltefortelling; de ønsker å ha en helterolle i framtiden.

Det er vi som er speilbilde på det dere har skapt!  
 Tenk byråkrater – dere har faktisk tapt!  
 Men nå er vi væpnet med varmende ord  
 med bilder og stoff fra en våknende jord  
 som kobler oss inn på det riktige spor!  
 La bladet bli våpenet som gir oss et løft  
 Som knuser det stigma som har trøkka oss ned  
 mellom asfalt og grøft!  
 ("Stigma", =Oslo nr 4: 78)

Som optimister står de i en nåtid og ser både bakover og framover. Optimistrollen sjonglerer slik mellom offer- og helterollen: de har vært – og er til en viss grad – ofre, men skal bli helter. Optimisten kan på denne måten nyttiggjøre seg spenningen som ligger i magasinet.

Tekstene i =Oslo, særlig selgerintervjuene, viser hvordan kunnskap om en kulturell fortelling om en helt kan brukes til å si noe om framtiden. Selgeren har ennå ikke noen egen personlig erfaring med å ha helterollen, men gjennom historier, som suksesshistoriene, har han eller hun blitt kjent med et forløp og skapt seg en forestilling om en handlingsrekke. Fordi de store fortellingene har en etablerte posisjon i kulturen, er de kjente også for dem som ikke selv har opplevd den konkrete situasjonen (Frønes 2003: 89). Slik blir det mulig for selgerne i intervjuene å trekke på fortellinger som eksisterer på et kulturelt makronivå for å gjøre prediksjoner og skape seg forventninger om framtiden.

Hvis man ser på de ulike rollene som er vektlagt her – offeret, helten og optimisten – og ordner dem i forhold til om de er knyttet til fortid, nåtid eller framtid, kan man se trekkene ved magasinetekster som én helhetlig fortelling. De ulike rollene er i seg selv knyttet til kulturelle fortellinger om et forløp, men i kombinasjon, slik man kan finne i intervjuene, kan man se at =Oslo til sammen setter opp et forløp som forteller noe om rusavhengige i samfunnet. Fortellingens forløp kan skisseres langs en tidslinje som skiller mellom fortid, nåtid og framtid:



---

Modellen viser hvordan hver rolle er knyttet til et tidsstadium. Nåtiden er representert ved optimisten, som igjen ofte er representert ved =Oslo-selgere. Slik blir magasinet og prosjektet selv et bilde på middelet som leder mot målet, som beveger seg vekk fra fortiden og offerrollen og mot helten i framtiden. Hovedbudskapet i tekstene kan også ordnes etter tidslinjen: offerrollen og fortiden er knyttet til at samfunnet har sviktet individet. For optimisten og nåtiden er budskapet at alle er unike og likeverdige, noe som legger premissene til rette for helten og framtiden; suksess er mulig.

Handlingene i en fortelling gis mening nettopp fordi de forstås som deler av et større plott (Frønes 2003: 95). Plottet skaper en sammenhengende mening, en rød tråd og en meningsfylt årsakssammenheng. I modellen over det som kan forstås som grunnfortellingen eller den overordnede fortellingen i =Oslo, er det sjongleringsstrukturen mellom offer og helt, og overgangen fra fortid til framtid, som danner sammenhengen, plottet. Optimisten representerer slik et skjebnepunkt (Frønes 2003: 113) i fortellingen som =Oslo som helhet skaper. Det er her det nye ligger, og det er denne rollen som binder offeret sammen med helten og muliggjør en bevegelse fra den ene til den andre. En meningsdannende struktur dannes ved at optimisten legger til rette for en bevegelse fra offer til helt, og binder sammen ulike fortellinger som ellers ville være vanskelig å kombinere.

## 5.6 Strategisk balansering

I massekulturen blir den kollektive identiteten så uoverskuelig stor at den innehar en ukuelig posisjon. Dens størrelse gjør at det likner en sannhet. I virkeligheten står mennesket fritt til å konstruere sin egen identitet ("Jakten på identitet", =Oslo nr 10: 7).

"I virkeligheten står mennesket fritt til å konstruere sin egen identitet", sies det i sitatet fra =Oslo, gjengitt over. Bruddet med offerrollens determinisme er tydelig, og dette siste sitatet representerer et tema som går igjen i mange av intervjuene hvor helten og optimisten opptrer: *man har et valg*.

- Og skal jeg noen gang bli nykter, er det nå. Jeg er så lei av alt maset og tror jeg skal greie det. Rikke er også hekta på heroin, men hun er veldig sterk allikevel. Sammen fikser vi det. Hvis vi kom over på metadon, går det greit. (...)
- Jeg lytter nøye når han snakker. Det er en vilje og et ønske for seg og kjæresten om at det skal bli noe ut av livet. Og han snakker om å ta ansvar.
- Jeg får begynne i det små og fikse det først. Nå er jeg der at i stedet for å bruke alle penga på heroin, kjøper jeg heller litt flere magasiner og selger dem og tjener litt på



det. Det gir meg noe, en følelse av noe. (...) Plutselig har ting begynt å få en mening. (...) Jeg vil at vi skal ha en fremtid, og jeg vet at da må vi fikse det å bli nyktre.

Jon ser alvorlig på meg.

- Vi skal klare å bli nyktre. Og etterpå kanskje få bebis og eget hus. Det siste kan vi få. Vi har blitt tilbudt en leilighet på Rjukan, men da må vi være klare til det først. Det er vårt valg. Det er gulroten våres ("Tarzan!", =Oslo nr 7: 47).

En framtid krever at de klarer å komme seg ut av rusavhengigheten, er budskapet i sitatet, og for å komme dit, må de selv ta valget og bestemme seg for at det er det de vil. Begreper som ansvar, valg og vilje står sentralt; man kan velge å ta ansvar for sitt eget liv. Når samfunnet ikke tar ansvar, må man gjøre det selv. "Om jeg sier at problemene i livet mitt er din skyld, må jeg sitte og vente på at du gjør noe med det. Men det går ikke" ("Med rett til å feile", =Oslo nr 9: 8), som Jon Schau sier det. Og at det er mulig, at man faktisk har den friheten og et reelt valg, viser heltene.

Å ta ansvar for eget liv, innebærer at man ser seg selv som fri til å handle, til å kunne bryte ut av et mønster og å skape forandring. Dette står i kontrast til strukturelle forklaringer der individet er styrt av samfunnssystemet, og strukturer dermed har forrang framfor aktøren. Fratas individet ansvar, fratas det også sin påvirkelighet og selvbestemmelsesrett.

Jeg er ikke flink til å synes synd på folk. Isteden spør jeg: Hva kan du gjøre for å komme ut av situasjonen? "Jamen, det var jo ikke min feil," sier de. Men det spiller ingen rolle! Blir jeg frastjålet lommeboka er det ikke min feil, men jeg må likevel prøve å rette det opp selv ("Målbevisst", =Oslo nr 11: 20).

Det er stor forskjell på beskrivelser av aktivitetsnivået i rollen som et offer og som en optimist eller en helt, på samme måte som det var forskjell på offeret og den kriminelle i forrige kapittel; struktur og aktør får ulik betydning i de ulike fortellingene. Hva er vitsen med å prøve å komme seg ut av en avhengighet hvis man uansett ikke kan kjempe mot strukturelle krefter og sin plassering i det sosiale hierarkiet, spør kanskje offeret, hvis man uansett er dømt til å tape? Determinismen som offerrollen er et resultat av skaper ingen forventning om handling. I rollen som optimist kan det imidlertid være at man ser det annerledes: hva har man å tape på å prøve? Se på helten, han klarte det, mot alle odds. Sitatet over viser noe av den samme spenningen mellom de typiske rolleegenskapene: den kvinnelige selgeren som kommer med uttalelsen, har allerede plassert seg selv i en optimistrolle. Samtidig møter hun hele tiden andre som forstår seg selv som et offer, og som derfor ikke ser at de faktisk selv kan gjøre noe med situasjonen sin.

Fokus på ansvar, valg og handlingskapasitet konstituerer narkotikabrukeren som mer autonom enn framstillinger av den rusavhengige som et passivt offer. Likevel får dette

konsekvenser som også kan virke alt annet enn motiverende. Grunnen er sammenhengen mellom valg, frihet og ansvar: har du frihet, kan du ta et valg, men da må du også ta ansvar for dine handlinger. Dermed ligger det til rette for en skyldfølelse i forhold til rusavhengigheten: den enkelte har selv valgt sine handlinger og må derfor også ta ansvaret for rusavhengigheten som har kommet som resultat.

Her kommer effekten av å ha både offeret, optimisten og helten som sentrale roller i magasinet til syne. Kombinasjonen legger til rette for en balansegang mellom determinisme og handlingsmulighet, passivitet og aktivitet. Hvor man befinner seg i det tenkte forløpet, hvor man er på en tidslinje, blir styrende for hvilken rolle man har i fortellingen. Man vil naturligvis alltid være i nåtiden når man tenker om fortiden og framtiden, men idet en biografisk historie og et hendelsesforløp fortelles om, får de rusavhengige ulike roller avhengig av om man snakker om fortiden, nåtiden eller framtiden.

Det er ikke alltid hva du har vært som er viktig, men hva du er og gjør nå ("Tarzan", =Oslo nr 7: 47).

Optimisten ser framover, og binder sammen fortiden og framtiden, offerrollen og helten, den beskyttende, men samtidig handlingslammende determinismen, og det såre, men problemløsende handlingsrommet.



Kombinasjonen gjør det mulig å tenke på fortiden uten skyldfølelse, samtidig som framtiden ligger i den enkeltes hender og har åpne muligheter. Flere bidrag i magasinet legger vekt på balansen mellom valgfrihet og ansvar for situasjonen, blant annet et intervju med professor i sosialmedisin, Per Fugelli:

Det er så viktig at vi holder nådeløst fast på at det er et grunnstoff av egen vilje, egen valgmulighet i hvert et menneske. Men det blir feil å si at hvert eneste menneske har hundre prosent ansvar for egne valg. Da blir konklusjonen at de som ikke fikser det er viljesvake, de er late, karakterløse og umoralske. Så det blir feil å si at det bare er

det, like feil som å si at det ikke finnes fri vilje. (...) Å balansere den frie viljen med hverdagsrammene og mulighetene vi får til å virkeliggjøre valgene er avgjørende. (...) Det urimelige er at du ofte hører folk si om dem som har havnet uti med stoff, alkoholmisbruk og hjemløshet at de er viljesløse. Dette er en ekstrem skivebom, fordi er det noe som kjennetegner disse menneskene, så er det for faen at de har hatt en ekstrem viljestyrke, og holdt ut. De er jo menneskelige helter og forbilder i forhold til å vise hva det bor av motstandskraft i et menneske ("Ikke kvalifiserbar", =Oslo nr 3: 44).

Riktignok er ikke dette sitatet knyttet til ulik bruk av valg og ansvar i forhold til et tidsperspektiv, i forhold til fortid og framtid, men Fugelli sier noe om hvor viktig opplevelsen av å ha egen vilje er for den enkelte. Samtidig må man ikke legge alt ansvaret for noe som har gått galt på enkeltindividet; valgene våre er preget av både rammer og frihet. Et intervju med Roger Stoa i Oslo Brukerforening, viser noe av det samme:

- Hvilken egeninnsats bør de narkomane gjøre?
- Skal jeg være helt ærlig, så syns jeg det blir sydd for mange puter under ermene på dem. De må ta skjeen i egen hånd. Men da må myndighetene stå klar og møte dem i døren når de ringer på! ("Opplysningstid", =Oslo nr 3: 40)

De to setningene, "De må ta skjeen i egen hånd. Men da må myndighetene stå klare og møte dem i døren når de ringer på!", viser den samme dobbeltheten i ansvarsspørsmålet: ordet "men" i den andre setningen reduserer kravet om at ansvaret ligger hos den rusavhengige, og flytter en del av skylden over på samfunnet, slik at hverken den ene eller andre parten blir sittende igjen med all skyld og alt ansvar.

Ved å kombinere offer- og helterollen, balanseres spørsmålet om skyld med handlingskapasitet. Optimisten fungerer som et mellomledd som muliggjør overgangen. Offer- og helterollen representerer også egenskaper som vekker bestemte følelser hos leseren, nemlig sympati og respekt. Som representanter for to ulike fortellinger hvor individet har forskjellig grad av handlingsrom, knyttes de til hver sin type situasjonsdefinisjon: offerrollen og sympatien til en venstreorientert og strukturell fortelling, helterollen og respekten til en høyre- og aktørorientert fortelling. Begge følelser, både sympati og respekt, er fordelaktige for magasinetts fortelling om rusavhengighet.

---

## Strategisk kreativitet

Balanseringen og kombinasjonen av rollene, gjør at handlingsmulighet kan formidles uten at ofrene blir ansvarlig for egen situasjon. Her ser man hvordan fortellinger kan brukes strategisk i formidlingen av et budskap.

Store kulturelle fortellinger finnes i samfunnet som strukturer, på makronivå, men kan også brukes strategisk og oppleves på mikronivå (Frønes 2003). Som språket, er fortellingene tilgjengelige strukturer som både krever kunnskap hos individet, samtidig som de har en treghet i seg som gjør dem tunge å forandre. Fortellingene har ”festet” seg og blitt en del av kulturen, og kommer til syne som felles forestillinger om et forløp. Det strategiske handler derfor om å velge ut *hvilken* fortelling en hendelse plasseres i, og på den måten gi den mening i lys av denne fortellingen.

Som del av en kultur, og med krav om gjenkjennelse hos leserne for å få fram et budskap, kan magasinet tekster vanskelig kommunisere utenfor eksisterende fortellinger og talemåter. Alt for mye mening ligger allerede i ord og symboler som brukes til at man kan snakke om en helt ny narrativ struktur, et nytt språk eller helt nye roller. Det =Oslo likevel viser, er hvordan kjente roller og fortellinger kan brukes i *kombinasjon* og på den måten bli nyskapende og gi ny mening.

Forløpet i =Oslos fortelling er bygd opp slik at den rusavhengige blir trukket inn i en ny framtid, med nye utsikter og håp om suksess. En presentasjon gis ved hjelp av allerede kjente roller – offeret og helten – og ved å balansere egenskaper i disse ulike rollene, gis samfunnet en alternativ beskrivelse av situasjonen. En slik presentasjon er strategisk i forhold til motivasjon til forandring, fordi forestillingen om det skisserte forløpet kan nedfelle seg som forventninger og handling. En fortelling om et framtidig forløp kan slik virke inn på det faktiske forløp, ved at man forsøker å leve opp til forventningene.

Fortellinger kan slik forstås som *ressurser* som individer kan bruke for å reartikulere vante og etablerte fortellinger, som beskrivelsen av ”de elendige”. Nytt språk kan dannes ved å knytte nytt meningsinnhold til begreper. Det er en tung prosess, men ved å bruke et språks meningspotensial kreativt, kan nye metaforer skapes for å beskrive oss selv eller andre på en alternativ måte (Barker 2004: 239). Repertoaret av beskrivelser øker og sosial endring kan bli mulig ved at man tenker annerledes om omgivelsene. Dermed kan andre forventninger til framtiden skapes.

Magasinet har skapt ny mening gjennom sin fortelling ved å trekke på allerede eksisterende roller og fortellinger, og spenningen som oppstår idet disse møtes. Elementer og

---

egenskaper fra ulike forellinger settes sammen på en ny måte, til en ny fortelling. Resultatet er destabilisering av de enkelte fortellingenes dominans og en fusjon av meninger som disse knytter til seg. Konnotasjoner som tidligere var sterkt knyttet til begrepet rusavhengig, kanskje forestilt som sittende på bakken med en kopp og bøyd hode, blir utfordret av andre konnotasjoner, for eksempel vilje og handling. Fortellingen om rusavhengighet gis dermed en bredere assosiativ flate som åpner for alternative meninger.

## Narrativ forhandling

Gjennom sin balansering av ulike roller og fortellinger, og strategisk bruk av meningspotensialet, kan magasinet ses på som en aktør i en kamp om definisjonsmakten, og en kamp om kulturell og sosial endring (Phillips og Jørgensen 1999: 27). Slik kan man si at Erliks prosjekt er politisk; gjennom magasinets tekster, utfordrer foreningen eksisterende bilder av rusavhengige, og kaster seg inn i kampen om "naming" (Barker 2004: 404), om å få være med på å beskrive denne gruppen og fylle den med et nytt meningsinnhold. Slik deltar magasinet i en ideologisk maktkamp – en makt som ikke handler om fysisk, lovgivende eller utøvende makt i ordets mer dagligdagse bruk, men en makt som handler om å få gjennomslag for sin mening og situasjonsdefinisjon (Fairclough 2006: 87). Kampen er mot andre presentasjoner av virkeligheten i forhold til rusavhengige, deres muligheter og evner.

Magasinet foreslår en alternativ forståelse av rusavhengiges situasjon, og ved å vise dette, bidrar =Oslo til å dekonstruere eksisterende myter og dominerende fortellinger. Optimisten representerer håp og muligheter, og som en rolle plassert i nåtiden, distanserer den seg fra fortellingen om "de elendige" som står på stedet hvil og som mer eller mindre har gitt opp til fordel for rusens harde grep. Man kan si at kombinasjonen av roller i magasinets fortelling skaper ny historieskrivning. Historie blir alltid forstått i ettertid, og oppfattelsen av hvordan en handlingsrekke henger sammen – hva som førte til hva – vil være avgjørende for fortolkningen. Et nytt plott, en ny rød tråd, setter hendelser i et nytt lys.

Med sin fortelling og sitt forløp, kan man si at Erlik deltar i en *narrativ forhandling* (Thwaites m.fl. 2002: 131-133) der magasinet motsetter seg dominerende forestillinger om forløp for rusavhengige. Hverken en strukturtung eller aktørorientert fortelling har alene et tilfredsstillende forløp: den førstnevnte har offeret i slutten av fortellingen, den andre har en start som legger skylden på enkeltindividet. Ved å skape sin egen kombinasjon, artikulterer

---

foreningen en ny tidslinje som forlenger de nevnte fortellingene ut i tid, i hver sin retning: offerets forløp strekkes framover i tid, offeret er ikke lenger i forløpets siste fase, og individet med ansvar og skyld for egne handlinger får en lenger fortid med forklaringskraft utenfor enkeltindividet.

## 5.7 Oppsummering

Magasinet beskriver samfunnet som kaldt og umenneskelig – en karakteristikk som likner annen modernitetskritikk, og som i likhet med denne inneholder ambivalens og en spenning i forhold til muligheter og begrensninger, hat og elsk. Denne spenningen kommer også til syne gjennom magasinet andre tekstlige egenskaper: personifisering av offerrollen, tematisering av likhet og suksesshistorienes helter.

Som konkretiseringer av ambivalensen og spenningen, står tekstenes personifisering og bruk av offerrollen i kontrast til helterollen og fortellinger om suksess og muligheter. Her knyttes beskrivelser av rusavhengighet i dagens samfunn til kulturelt kjente roller og deres egenskaper – egenskaper som i utgangspunktet ikke inngår i samme fortelling. Offerrollens strukturtunge situasjonsdefinisjon fungerer som en forklaring på rusavhengigheten, og grunnen ligger utenfor individet, hos systemet. Som motsetning, viser suksesshistoriene oss en situasjonsdefinisjon som vektlegger handling og ansvar, og peker framover i tid.

Måten konstruksjoner av likhet brukes på i magasinet er også preget av en spenning og ambivalens, og står i en mellomstilling mellom fokus på determinisme og handlekraft. Beskrivelser av personlige egenskaper hos de rusavhengige, går imidlertid vekk fra offerrollens passive karaktertrekk, idet engasjement, handling og endring står i fokus. I tillegg viser tematiseringen av likhet hvordan ny mening og nye konnotasjoner kan supplere vante forestillinger. Her er det portrettfotografiene som går lengst i å skape en relasjon mellom leseren på den ene siden og den rusavhengige som representasjon på den andre, som er basert på likeverd og som bryter med en binær opposisjon mellom grupper.

Balanseringen av motsetninger legger opp til en unik kombinasjon av forestillinger om et forløp som kan ses som en overordnet fortelling i magasinet. Her er tidslinjen og de enkelte rollenes tilknytning til fortid, nåtid og framtid sentralt. Optimisten – som representant for nåtiden og Erlik – forstås her som det avgjørende punkt som binder fortellingen sammen og muliggjør en naturlig overgang fra offerrollens determinisme til heltens handlekraft. Balanseringen og overgangen er strategisk fordi forløpet tar vare på individets integritet og sympati i forhold til fortiden, samtidig som muligheten til å handle

---

selv og å skape seg en annen framtid er til stede. Ved å trekke på ulike fortellinger og ta med seg egenskaper som disse har, til en ny kombinasjon, viser =Oslo hvordan inkonsistens er både mulig og gir mening i et språklig og retorisk landskap.

---

## 6. FORRETNING ELLER VELDEDIGHET?

I tekstanalysen var fokuset på magasinet innhold, og gjennom dette på magasinet fortelling om rusavhengighet. Et nytt forløp ble skissert – et forløp som kan si mye om Erliks utgangspunkt og visjon. I dette kapitlet forlater jeg den detaljerte analysen, og ser på Erliks prosjekt mer helhetlig.

For at innholdet i magasinet – dets fortelling og budskap – skal nå fram til et publikum, til lesere, må magasinet først kjøpes. Rundt 40 000 eksemplarer selges av hver utgave av =Oslo, men av hvilken grunn? Hvorfor kjøper vi =Oslo – for å lese magasinet, eller for å støtte selgerne? Hva *er* Erlik, er det forretning eller veldedighet?

Prosjektet til Erlik handler om salg, det er klart. Men det er ikke et hvilket som helst produkt som selges, det er ikke et magasin med rent profittmotiv, og man kan ikke kjøpe det i butikken. Det selges kun på gata. Selgerne er selgere, men ikke hvem som helst kan bli en =Oslo-selger. Selgerne representerer en gruppe – de vanskeligstilte i Oslo – og er =Oslo-selgere i kraft av selv å plassere seg her. Er det som selgere eller som rusavhengige at magasinselgerne møtes av kjøpere?

Det kan være vanskelig å definere prosjektet til Erlik, fordi det har trekk fra flere leire. Uten en grundig studie av både kjøpere og ikke-kjøpere, blir det vanskelig å si noe om hva Erlik faktisk blir forstått som. Likevel vitner ulike uttalelser og observasjoner om at tolkningen varierer og at Erliks prosjekt har likhetstrekk med både kommersiell produkttenkning og veldedighet. Hva man forstår Erlik som, kan være avgjørende i forhold til om magasinet fortelling og budskap når fram, og for foreningens overlevelse. Forståelsen av Erliks prosjekt vil derfor være dette kapitlets fokus.

### 6.1 Erlik som forretning

Magasinet er lekkert, gjennomtenkt, perspektivrikt, fylt av kvalitet, kraft og til og med en befriende latter. Det første en legger merke til er et rolig, rent og overraskende design som hever livskvaliteten for den som blar, og som det må være stas å selge. (...) Holder de følgende numrene samme kvalitet, blir dette et må-ha-blad blant urbane folk (Skre i Aftenposten 29.6.2005).

Sitatet er fra Arnhild Skre, journalist i Aftenposten, som skrev dette like etter magasinet første lansering, og viser at *produktet* =Oslo ble lagt merke til. Og, det er åpenbart at Erlik har lagt mye arbeid ned i å skape et kvalitetsprodukt: magasinet er trykket på tykt (nå også



---

impregnert) papir, i farger og med fotografier i høy oppløsning. =Oslo skiller seg fra andre magasiner med et stort format og med en egen stil på bilder og layout.

Magasinets vekt på produktkvalitet gir Erlik visse trekk som kan plassere prosjektet sammen med annen kommersiell forretningsdrift. De store portrettene har blitt magasinets varemerke – de vekker interesse ved å utfordre og ved å trekke en marginalisert gruppe inn i felt for fotografi og kunst. Det særegne vises også i tekstene, som har et spesielt innhold hvor fokus er sentrert rundt samfunnets marginaliserte grupper, gatemiljøet og utviklingen i Oslo. Selv om hvert nummer av =Oslo har et eget tema, er tematiseringen og budskapet i magasinet relativt likt fra utgave til utgave. I motsetning til for eksempel gateavisen *The Big Issue* i Storbritannia, har ikke =Oslo fokus på nyheter og aktualiteter gjennom nyhetsreportasjer, anmeldelser eller oversikter over hva som skjer i byen av konserter og kulturelle arrangementer. Noe av grunnen til dette, ble jeg fortalt, er at det ville krevd hyppigere utgivelser og produksjon av =Oslo, for å være aktuelt ved utgivelse. I tillegg er mitt inntrykk at redaksjonen ønsker å representere noe annet – en annen type magasin, med et annet innhold som er mer preget av foreningens formål og ideologi, og som man vil nå ut med. Andre aviser, for eksempel gratisaviser og Aftenposten Aften har oversikter over kulturelle tilbud, og =Oslo skal ikke ha den samme funksjonen som disse. =Oslo skal være et spesielt magasin.

Som representanter for Erlik – som selgere, men ikke minst som konkrete eksempler på prosjektets virkning – står magasinselgerne som levende reklame for et politisk korrekt produkt. De er konkrete eksempler på hva magasinet kan gjøre og hvordan endring kan skapes. Slik kan man kanskje si at magasinet har en markedsføringsfordel og – med Naomi Kleins ord – er merkevare tvers igjennom (Klein 2001: 20). Erlik og selgerne kan trekke på mangfold som tema i sin produkt- eller merkeidentitet, hvor kjøp av magasinet kan bidra til inkludering av en marginalisert gruppe, en minoritet i samfunnet – et politisk korrekt tema i merkevarebygging (Klein 2001: 112). Som et relativt unikt konsept i en norsk sammenheng, har dermed Erlik en fordel på magasinmarkedet.

Magasinet har altså visse trekk som gjør at Erlik likner forretningsvirksomhet. Også salgsjobben, der de rusavhengige og hjemløse er selgere, blir omtalt på en slik måte at prosjektet skiller seg fra andre hjelpetiltak. Under en samtale med daglig leder i Erlik, Per Kristian Lomsdalen, ble nettopp forskjellen fra eksisterende tilbud til rusavhengige og hjemløse vektlagt:

Jeg: - Hva vil du si at Erlik er? Velledighet?

PK: - Vi er i grenseland. Velledighet er et problematisk ord. Empowerment, eller hjelp til selvhjelp er mer dekkende. Nei, jeg ser ikke på Erlik som velledighet. Det er ingen avlatsfølelse inkludert, så det er ikke velledighet. Eller, det er *det* også, men vi vil helst definere oss vekk fra velledighet, fordi vi stiller krav, vi stiller krav til selgerne våre, de *jobber*. Velledighet er et vanskelig og problematisk uttrykk.

PK: - Det er et uttrykk som vi bruker; det å være helt "Blå-Kors". Da stiller man ikke krav. Men vi stiller krav, indirekte. Selgerne må *kjøre* magasinene, de må altså ha en ryddig nok økonomi, de må forholde seg til åpningstiden, de må oppføre seg, og være *relativt* rusfrie.<sup>8</sup>

Velledighet er et problematisk ord som Erlik vil definere seg vekk fra, sier Lomsdalen i sitatet. Med et snev av ironi brukes kontaktsenteret Blå Kors som et bilde på det som Erlik vil fjerne seg fra. Blå Kors er et såkalt lavterskeltilbud for Oslos rusavhengige, hvor man kan komme for å få mat og hjelp i forhold til rusrelaterte problemer (Rusmiddeletaten 2007). Erlik vil ikke assosieres med institusjoner som ikke krever noe av brukerne, og vi ser at Lomsdalen markerer distansen ved å vise til ulike retningslinjer som selgerne må forholde seg til hos Erlik. Ved å legge vekt på at det stilles krav til selgerne, markerer Lomsdalen en avstand mellom magasinselgerne og beskrivelser av passive ofre, slik vi har sett i tidligere kapitler. Som kontrast til en passiv velledighetsmottaker, står Erliks selgere: de får ansvar og de utfører en *jobb*.

På selgermøtene hos Erlik var det tydelig at enkelte av selgerne hadde tatt på seg rollen som selger. Oppmøtet på det ukentlige møtet var begrenset, men de som kom var engasjerte i forhold til spørsmål vedrørende salgsforholdene: distribusjon og åpningstid på kontoret, antall magasiner de kunne kjøpe inn for salg om gangen, hvor det var best å selge, at det burde utgis et magasin hver 4. uke framfor hver 6. uke, og så videre. En av selgerne holdt ved en anledning en lang utredning om hvor fordelaktig det ville være for selgerne om man kunne fått magasinet spredd til lenger utenfor sentrum av byen. Dessuten burde man vurdere hva en hyppigere magasinutgivelse ville gjøre med salgshallene, mente han, og avsluttet ærlig: "Alle er jo opptatt av pengene som kommer inn, det er ikke bare idealismen som gjør at vi selger, men harde penger".

Omtalen av magasinsalget som et arbeid, som en selgerjobb, har mye for seg. Som selgere er de rusavhengige mye mer likestilt med kjøperne av magasinet, enn i rollen som velledighetsmottakere – de kan gi noe tilbake og relasjonen til kjøperen er basert på en gjensidig avhengighet, framfor enveishjelpen som penger i et pappkrus eller annen støtte

---

<sup>8</sup> Fra samtale med Per Kristian Lomsdalen, Daglig leder i Erlik, 16. november 2006.

---

innebærer. Slik kan jobben motivere de sosialt vanskeligstilte ved at de får tjene penger på en ærlig måte og oppleve at de selv kan ta ansvar for livene sine, heller enn at deres skjebne ligger i andres hender. Her kan vi trekke linjer tilbake til tekstanalysen og magasinet fortelling om rusavhengighet: en annen framtid krever at de rusavhengige får sjansen til å ta ansvar og til å handle. Ved å ha rusavhengige som selgere, plasserer prosjektet denne gruppen i en rolle som er aktiv og som har egenskaper som peker framover.

Som *forretning* skaper altså Erlik et rom for de rusavhengige hvor de kan praktisere i en rolle som beveger seg vekk fra en passiv offerrolle – en rolle som jeg i tekstanalysen viste hvordan peker bakover, mot fortiden. Selgerrollen har derimot mer aktive egenskaper ved at aktiviteten omtales som en jobb hvor det kreves noe av selgerne. Også visse trekk ved magasinet som et markedsprodukt har denne funksjonen ved at de sterke portrettene og det ideologiske budskapet – magasinet fortelling – blir vektlagt og er tilgjengelig for lesere.

Likevel kan man spørre seg om hva fokus på kvalitet og spesialitet gjør med magasinet overlevelsesmulighet og for selgernes faktiske mulighet for å praktisere som aktive selgere. Tekster med en bestemt vinkling og tematisering, sammen med en særegen design og sterke bilder, gir magasinet trekk som likner et nisjeprodukt, noe som tilsier en smal målgruppe. Hver enkelt utgave av magasinet er et kvalitetsmagasin – kjøper man ett eller to nummer av =Oslo, er innholdet nyskapende og utfordrer leseren til å tenke nytt. Spørsmålet er om interessen kan holdes ved like gjennom mange nummer. Når magasinet har tekster med en relativ lik tematisering i hver utgave, er sjansen for at man mister leseinteressen stor og at man dermed også slutter å kjøpe =Oslo etter hvert. Da begrenser markedet seg til nye kjøpere og til kjøpere med en spesiell interesse for designet og miljøet som Erlik representerer.

Et lite marked gir lave salgstall og begrenser inntekten, og dermed mye av grunnlaget og motivasjonen til selgerne. Dessuten må det være et mål for Erlik å spre budskapet som magasinet inneholder til så mange som mulig – et av foreningens formål er tross alt å tale de marginalisertes sak, la dem bli hørt i offentligheten og slik å legge til rette for endring. Erlik trenger derfor en stor kjøpergruppe, og ikke bare kjøpere som er spesielt interessert. Vil dette si at foreningen skyter seg selv i foten?

## 6.2 Erlik som veldedighet

Bare hvis veldedighetsaspektet overses. Dette aspektet åpner for at kjøp av =Oslo ikke trenger å være knyttet til magasinet som et produkt, men også kan være motivert av etiske,

---

ideologiske og samvittighetsmessige grunner. Til tross for at Erlik selv, i sin omtale av prosjektet, i stor grad vektlegger en distansering fra veldedighetsbegrepet, er det vanskelig å komme bort fra at magasinselgerne antakeligvis også konkurrerer om oppmerksomheten med formål som går til veldedighet, enten det er humanitære organisasjoner eller tiggere. Mange av selgerne er åpenbart rusavhengige, de har synlige trekk som vitner om dette, og en del bor på gata. De har dermed ytre trekk som fort kan plassere dem sammen med tiggere som ikke er magasinselgere, og som har en mer tradisjonell og kjent rolle på gata som passive mottakere av penger som forbipasserende er villig til å gi.

Selv om Erlik har trekk som likner forretningsdrift og som kan gi assosiasjoner om produkttenkning og marked, finnes det også egenskaper ved Erlik som trekker prosjektet i en annen retning. Kanskje tydeligst kom dette til syne på redaksjonsmøtene, der innholdet i magasinet ofte var tema og hvor valg av tekstinhold og tematisering vitnet om en uuttalt holdning i foreningen. *Opplysning* om hvordan situasjonen faktisk er, stod nemlig som et sterkt argument når det gjaldt valg av tekster: folk må opplyses så de forstår hvordan hverdagen til rusavhengige er, ble det sagt. Tekster om metadon, om sprøyterom, om politiske vedtak og konsekvenser for de rusavhengige og vanskeligstilte, fungerte som opplysningsprosjekter, med selgerintervjuene som individuelle vitner om situasjonen.

Et ønske om å få folk til å *forstå*, til å *se*, og til å *innse* hvilke barrierer samfunnsstrukturene legger for de rusavhengige, kan ses som en ideologisk drivkraft som både har vært bakgrunn for etableringen av Erlik og som kommer til syne gjennom tekstene. At dette også er fokus i redaksjonen, der tekstenes ideologiske innhold er av avgjørende betydning, bryter med et mer forretningsmessig og kommersielt produktfokus hvor teksters evne til å selge magasinet ville vært et naturlig spørsmål i redaksjonen. På redaksjonsmøtene hvor jeg var til stede, var imidlertid aldri salgbarhet et tema, i hvert fall ikke i mitt påhør.

Til tross for dette, selges det rundt 40 000 eksemplarer av =Oslo hver måned. Hvordan kan det ha seg at magasinet selger såpass godt når det ikke i synlig grad tas hensyn til hva kjøpere er interessert i å lese om, og når innholdet i stor grad kretser rundt den samme tematiseringen i hvert nummer? Grunnen, slik jeg ser det, er nettopp trekk ved Erlik som ligger nærmere veldedighet enn forretningsdrift. I løpet av observasjonene opplevde jeg det som om det er en stilltiende enighet i foreningen om samfunnets rolle i forhold til rusavhengighet og enkeltindividers sosiale problemer: det er i stor grad her problemet blir plassert. Samfunnets manglende tiltak og forståelse ligger som en underforstått grunnantakelse, noe som peker mot offerrollen. Det er en oppfatning av at det er samfunnet som må ta ansvar for skaden som har skjedd, og det blir om å gjøre å begrense

---

konsekvensene for enkeltindividet i størst mulig grad. Dette likner det skadereduksjonistiske perspektivet, diskutert tidligere i oppgaven (kapittel 4).

Det skadereduksjonistiske perspektivet kan finnes igjen i andre tiltak for sosialt vanskeligstilte, der brukerne av tilbudet blir sett på som ofre for et samfunn som ikke har vært godt nok tilrettelagt og hvor man forsøker å begrense skaden (Sandberg og Pedersen 2005). Offerrollen er slik en lett tilgjengelig rolle når det gjelder sosiale tiltak. Fordelen for Erlik i forhold til dette, er at et skadereduksjonistisk perspektiv i seg selv kan føre til salg av magasinet. Perspektivet legger opp til normative føringer som forbipasserende og publikum kjenner godt, og som derfor kan være gunstige for foreningen. Tanken på at det er samfunnet som har sviktet – at det er her skylden ligger og ikke hos enkeltindividet – vekker sympati hos potensielle kjøpere som dermed muligens kjøper magasinet av moralske grunner: man bør hjelpe dem som har det vanskelig og som har blitt sviktet.

Her ser man effekten av å kunne trekke på innarbeidede normer som med tiden er utviklet for veldedighet: det er samvittigheten og sympatien som gjør at vi bidrar. Et budskap om at skylden ikke ligger hos enkeltindividet, uttrykker noe om at det kan skje alle – det kunne like gjerne vært jeg som trengte hjelp. Det ligger i de fleste av oss en oppfatning om at den som er heldig og har mye, bør hjelpe den som har vært uheldig og har lite. Dermed kan en vurdering av hvorvidt man er interessert i magasinets innhold eller ikke, komme i skyggen av sympatien som Erlik kan trekke på ved å representere en marginalisert gruppe. Uttalelser fra media og fra Erlis initiativtakere og selgere har understreket det viktige ved selgernes møte med kjøpere. En visshet om dette kan være grunn nok til at man kjøper magasinet.

Det skadereduksjonistiske perspektivet kan muligens også være noe av grunnen til at Erlis legitimitet er lite diskutert. De fleste forstår at selgernes inntekt fra magasinsalget går til å finansiere kjøp av narkotika av ulikt slag – det er ulovlige stoffer som finansieres, men likevel er dette tilsynelatende uproblematisk for kjøperne og for media generelt. Årsaken til dette kan være at et skadereduksjonistisk perspektiv har som utgangspunkt at skaden allerede har skjedd – de rusavhengige må uansett få tak i narkotika, og da er det bedre om dette skjer på en verdig og legal måte, framfor gjennom kriminalitet eller prostitusjon. Enigheten i media om at Erlik er et legitimt prosjekt, og det forholdsvis høye salgstallet til =Oslo, tyder på at mange slutter opp om dette perspektivet.

Som kontrast til vanlige prinsipper for forretningsdrift, står altså normer for veldedighet hvor det er andre årsaker enn produktet i seg selv som gjør at man gir penger. Sympati og vissheten om at man burde hjelpe andre, kan slik være en forklaring på at Erlik

---

selger såpass bra med magasiner. Samtidig innebærer assosiasjoner knyttet til magasinselgerne som veldedighetsmottakere at Erlik trekker på offerrollen – en rolle som skiller seg sterkt fra rollen som en aktiv selger.

Ulike egenskaper ved prosjektet til Erlik peker altså i hver sin retning: noen mot forretningsdrift, andre mot veldedighet. Dette gir foreningen og selgerne konnotasjoner med ulikt meningsinnhold, og kan gi magasinkjøpere ulike utgangspunkt for handling.

### 6.3 Mellom to systemer

Forretning og veldedighet kan ses på som to ulike systemer med forskjellig fokus og mål for handling. Erving Goffman (1961) bruker betegnelsen *situert aktivitetssystem* om ansikt-til-ansikt-interaksjon der deltakere går sammen for utførelsen av en felles aktivitet (1961: 95-96). Innen slike systemer utvikles en bestemt regulær aktivitet og et sett av handlinger, slik at det etter hvert oppstår situerte roller. Rollene representerer den typiske responsen og handlingen til en deltaker med en bestemt posisjon (1961: 93), og finnes tilgjengelig for de handlende i en situasjon.<sup>9</sup>

De to aktivitetssystemene som Erlik trekker på er motsetningsfylte, ikke minst fordi de setter opp ulike roller som tilgjengelige for de deltakende i situasjoner hvor =Oslo selges: rollene som kjøper og selger i forretningssystemet, og som giver og mottaker i veldedighetssystemet.<sup>10</sup> Forretningssystemet har fokus på selgerjobben og produktet som Erlik skaper, og tar avstand fra offerrollen ved å gi magasinselgeren en aktiv rolle som nettopp en selger. Likheter og verdighet blir vektlagt, og rollen samsvarer med magasinets fortelling om en annen framtid for gruppen som Erlik representerer. Selgerrollen peker på den måten framover.

Samtidig er muligens hele prosjektet til Erlik avhengig av offerrollen for å få folk til å kjøpe magasinet, ved at kjøpere føler sympati og forpliktelse. Til tross for magasinets fortelling der budskapet er at man må bevege seg bort fra fortiden og offerrollen, kan det se

---

<sup>9</sup> Erving Goffman (1961, 1992) og Ivar Frønes (2001) bruker rollebegrepet relativt likt. Frønes trekker blant annet på Goffman når han vektlegger det dramaturgiske og strategiske ved selvpresentasjoner og identitet. Siden det i dette kapitlet er snakk om en situasjonell interaksjon, og ikke fortellinger mer generelt, holder jeg meg her til Goffmans litteratur. Se også oppgavens kapittel 2, ”analyseverktøy”, for mer om dette.

<sup>10</sup> Både forretning og veldedighet kan foregå uten en ansikt-til-ansikt-interaksjon mellom partene, der kjøper og giver befinner seg et annet sted enn selger og mottaker, og kan dermed ikke kalles aktivitetssystemer etter Goffmans definisjon. I forhold til salg av =Oslo blir det imidlertid relevant å sammenlikne dette med situasjoner som er basert på direkte kontakt mellom de handlende, for eksempel gate- eller butikksalg og tigging.

---

ut som om nettopp de ”gamle” rollene der offeret er veldedighetsmottaker og den forbipasserende er giver, sørger for prosjektets overlevelse. Det blir slik et paradoks at det som redder Erliks framtid er opprettholdelsen av roller som peker bakover.

På mange måter er Erlik i en drømmesituasjon: salget går bra, samtidig som redaksjonen kan konsentrere seg om opplysning og tekster som representerer deres overbevisning og ideologi. Årsaken, slik jeg ser det, ligger nettopp i ambivalensen som trekk fra både et situert aktivitetssystem for forretning og for veldedighet skaper. Ambivalensen kommer til uttrykk ved at det er vanskelig å definere prosjektet – det er vanskelig å sette en allerede eksisterende merkelapp på Erlik og plassere foreningen innenfor ett aktivitetssystem.

### Rolleforvirring og kommunikasjonssvikt

Enkelte ganger kommer dobbeltrollene som ambivalensen skaper tydelig til syne. Et eksempel fra en interaksjon mellom en =Oslo-selger og en magasinkjøper, som i tillegg ble utgangspunkt for en kortfilm, kan illustrere dette:

”– Jeg håper at de som kaster =Oslo rett i søpla får vondt i magen når de ser filmen”, sier regissør Kari Anne Moe i et intervju i Dagsavisen 31.7.2006, i forbindelse med visning av kortfilmen hennes, *Kulturell kapital*. Filmen har en =Oslo-selger i en av hovedrollene, og i intervjuet forteller regissør Moe og selgeren Knut Olav om episoden som ble utgangspunktet for filmen:

I kortfilmen opplever Knut Olav at en kunde gir ham 400 kroner for et nummer av =Oslo. Men kunden kaster bladet rett i nærmeste søppeldunk. Fandenivoldsk begynner Knut Olav å pakke inn gamle Se & Hør og selger dem i stedet. Flere ganger ser han at blader havner i søpla, før kunden i det hele tatt har åpnet papiret og sett på innholdet. Men de kjøperne som faktisk tar med seg bladet løper Knut Olav etter, slik at de som bryr seg om å lese bladet får et ordentlig =Oslo. Han trekker på skuldrene og ler.

– Jeg står inne for det der, altså. Her går disse menneskene og kaster =Oslo, et høyverdig magasin. Da gir jeg dem heller Se og Hør, den største søpla av all søppel du kan finne i samfunnet, sier Knut Olav (Skjong, i Dagsavisen 31.7.2006).

Hva skjer i denne gjenfortalte episoden? Opprørtheten til selgeren og filmskaperen tyder på at noe gikk galt i kommunikasjonen med kjøperen, med mindre kjøperen med vilje ville fornærme og opprøre selgeren. Hvordan kan denne misforståelsen forstås?

---

En forklaring kan være at kjøper og selger har helt ulike oppfatninger av *hva slags situasjon*, eller situert aktivitetssystem, de befinner seg i. Hvis den ene parten definerer situasjonen som en forretningssituasjon, mens den andre ser magasinkjøpet som ren veldedighet, gir dette helt ulike rammer for situasjonen, og dermed forventninger om oppførsel (Goffman 1992: kapittel 1; Album 1996). Situasjonens script, eller retningslinjer for passende handling (Schank og Abelson 1977), vil dermed være forskjellig for =Oslo-selgeren og mannen som kjøper magasinet. Rolleparene selger/kjøper og mottaker/giver er hver for seg basert på en sekvensordnet – scriptet – interaksjon (Frønes 2003: 104-105), men står som tilgjengelige i ulike aktivitetssystemer. Hvis magasinselgeren og magasinkjøperen tar roller som ikke fungerer som rollepar, opptrer de på en måte i ulike oppsetninger med ulike plott, for å bruke uttrykk fra dramaturgien.

I forhold til mannen som kjøper magasinet for ti ganger mer enn det koster, for deretter å kaste det, er det lett å tolke hans handling som inngående i et veldedighetssystem. Hans atferd tyder på at formålet med å kjøpe magasinet var å hjelpe =Oslo-selgeren økonomisk, med han selv i rollen som giver og magasinselgeren som veldedighetsmottaker. Det var ikke magasinet han var interessert i, men selve donasjonen av penger. I en slik situasjon kreves det ingen gjengjeldelse fra mottakeren, annet enn takknemlighet og ydmykhet – en veldedighetsmottaker legger seg ikke opp i en givers videre handling, men gleder seg over den støtten han har fått.

Hvilken definisjon av situasjonen som magasinselgeren har, er derimot mer tvetydig, bortsett fra at han ikke lever opp til forventningene om ydmykhet og takknemlighet som ligger i en typisk mottakerrolle. Ved å pakke inn *Se og Hør* gjør selgeren på en måte narr av alle som ikke kjøper magasinet for produktets skyld og som – i hans øyne – definerer situasjonen feil. Dermed demonstrerer han for sitt publikum (filmregissøren, og senere også Dagsavisen og filmpublikum) at han ikke aksepterer situasjonens rammer slik kjøperens atferd la opp til. Selgerens reaksjon kan slik forstås som et forsøk på å korrigere inntrykk som er i strid med hans situasjonsdefinisjon og ønskede uttrykk (Goffman 1992: kapittel 5).

Likevel, akkurat hvilke aspekter ved interaksjonen som kritiseres av =Oslo-selgeren, er mindre klart. For det første kan reaksjonen være et forsøk på korrigerende av en feilaktig gitt mottakerrolle. Selgeren ønsker å bli sett på som en som jobber, som en selger, og kjøperens atferd truer denne identiteten. Grunnen kan ses i uttrykket ”doing is being”, som Goffman bruker for å forklare hvorfor korrigerende og forebyggende av feilaktige inntrykk blir så viktig for den enkelte (1961, 1992). Egenskaper og trekk som er forbundet med en bestemt rolle, knyttes nemlig til personen som utfører rollen – både av andre og av en selv



---

ved at rollen danner grunnlag for et selvilde (1961: 87, 97). Denne forståelsen innebærer at handling og inntrykk som gis i en situasjon blir utgangspunkt for selvpresentasjon og selvidentifisering. Når publikum ser at den forbipasserede mannen gir selgeren 400 kroner – som om selgeren var en tigger – må selgeren i etterkant streve med å korrigere dette inntrykket, kanskje først og fremst for sin egen del, og reaksjonen kan ses på som en kompensasjon for tap av selvrespekt som episoden påførte han (Goffman 1992: 144).

Videre, kan selgerens reaksjon ses på som en kritikk av kjøperens mangel på moral – ikke i forhold til at han faktisk ga selgeren 400 kroner, men i forhold til at han kastet magasinet og dermed viste en mangel på respekt for =Oslo og det foreningen Erlik står for. Mens selgere i mer kommersialisert forretningsvirksomhet hadde trukket på skuldrene av kjøperens handling, fordi kjøperes behandling av produktet er dem likegyldig når produktet først er solgt, kan man se =Oslo-selgerens reaksjon på kastingen av magasinet som en opplevelse av personlig fornærmelse. Hvis denne tolkningen er riktig, kan man se at selgeren både ville bli definert som en selger (i motsetning til en mottaker), og samtidig forsvare normer om respekt og verdighet for de vanskeligstilte. I idealiserte utgaver av de to aktivitetssystemene – forretning og veldedighet – hører disse korreksjonene hjemme i hvert sitt system: selgerrollen i forretningssystemet, og respekt og sympati for vanskeligstilte i veldedighetssystemet. I kombinasjon vitner de to aspektene om en sårbarhet og usikkerhet i forhold til selgerrollen: samtidig med et ønske om en selgerrolle, vil selgeren støtte seg til fordeler som veldedighetssystemet har i forhold til salg. Normer og script som tilhører veldedighetssystemet fungerer dermed som en sikkerhet for magasinselgere som er utrygge på selgerrollen.

Inntrykket av at rollen som selger ikke er fullstendig utøvd i salgssituasjoner, har blitt forsterket av at jeg flere ganger har opplevd at magasinselgerne ikke har veksel når jeg har kjøpt =Oslo. Det kan ha vært tilfeldigheter som har gjort at de ikke har kunnet veksle når jeg har truffet dem, men disse situasjonene har gitt meg opplevelsen av at en del av =Oslo-selgerne ikke definerer seg selv som ”vanlige” eller typiske selgere. Deres mangel på vekslepenger – enten det er tilfeldig eller bevisst – har satt meg i en giverrolle idet interaksjonen har endt med at jeg har betalt mer enn den satte prisen på magasinet. Jeg kunne ha latt være å kjøpe magasinet og sagt at jeg skulle komme tilbake når selgeren hadde veksel, for å bevare en selger-kjøper-relasjon, men de gangene jeg har erfart dette, har det ikke virket som om selger har hatt noe imot å få mer enn den egentlige prisen – tvert imot. Dette står imidlertid i kontrast til observasjonene på selgermøtene, der flere av selgerne tydelig hadde inntatt en klar selgerrolle (se avsnittet ”Erlik som forretning”). Forskjellen kan

---

henge sammen med at det nok er de mest ivrige og seriøse magasinselgerne som møter opp på selgermøtene. Uansett viser de ulike erfaringene med selgernes oppførsel at magasinselgerne har ulike måter å ”spille” rollen sin på - noen identifiserer seg selv med egenskaper som ligger nærmest veldedighetssystemet, kanskje av gammel vane, mens andre i større grad tar rollen som aktiv selger.

Utgangspunktet for dette kapitlet, foreningens trekk fra både forretning og veldedighet, kan altså også ses i selgernes noe uklare rolleegenskaper i salgssituasjoner. Kombinasjonen av trekk fra ulike systemer kommer til syne som usikkerhet både mellom magasinselger og kjøper/giver, og antakeligvis også for selgerne selv, i forhold til hva slags situasjonsdefinisjon, roller og script som er gjeldende. Effekten av at Erlik trekker på ulike systemer, og spiller på veldedighet samtidig som retorikken er dreid rundt en situasjonsdefinisjon og roller som peker mot forretning og jobb, skaper slik en mulig kommunikasjonsvikt og ulike oppfatninger av hva salg av =Oslo er.

### Systemkollaps og metakommunikasjon

=Oslo-selgerens sinne og måte å reagere på i episoden der kjøperen kaster magasinet, kan ses som en måte for han å kontrollere situasjonen på. Han markerer tydelig at han tar avstand fra den rollen som kjøperen setter opp, og selv om det er noe uklart akkurat hva han distanserer seg fra, utøver han en slags rolledistanse (Goffman 1961: 105-115). Ved å motsette seg egenskapene som tilhører rollen som veldedighetsmottaker – passivitet, takknemlighet og ydmykhet – markerer han et skille mellom denne rollens typiske respons og hans egen handling. Dermed viser han en aktiv deltakelse for å opprettholde sin definisjon av situasjonen og for å bevare ansikt.

Tilstedeværelsen av et publikum – av et kamera og en regissør, og siden også av en journalist – kan ha forsterket selgerens reaksjon på kjøperens oppførsel. Motsatt kan fraværet av et stort publikum når jeg har kjøpt magasinet ha gitt andre utgangspunkt for samhandling med selgerne. Med et direkte publikum blir det ekstra viktig å vise at man har kontroll over situasjonen, demonstrere hva slags rolle man vil ha og eventuelt markere at det gitte inntrykk ikke stemmer overens med hva man ”er” (Goffman 1961: 107-108, Album 1996: 212).

Korrigerende av inntrykk i ettertid, kan til en viss grad rette opp publikums opplevelse av de handlende, men selve *samhandlingen* mellom kjøper og selger må regnes som mislykket i denne episoden. Samarbeidet for å gjennomføre situasjonen etter roller og script

---

som lå i aktivitetssystemet, var fraværende, sannsynligvis fordi det var uklarerhet i hva slags situasjon de deltakende faktisk var i. Man kan si at metakommunikasjonen – kommunikasjonen om hva slags rammer som gjaldt for situasjonen – sviktet (Album 1996: 23). Kommunikasjonssvikten mellom magasinselgeren og kjøperen/giveren ovenfor, peker dermed utover den enkelte situasjonen, mot noe større. Den sier noe om at rasjonalitet er relativt, og at hvorvidt noe er rasjonelt, logisk eller riktig handling er avhengig av hvilken kontekst man handler innenfor. Nettopp fordi ulike situasjoner har ulike rammer for samhandling (Album 1996: 22, 208), blir det sentralt for interaksjonens og kommunikasjonens funksjonalitet at man har kommet til enighet om hvilken situasjon som er den gjeldende. Når Erlik har trekk fra både veldedighet og forretning, og derfor på en måte står mellom de to systemene, eller med én fot i hvert system, kan man tenke seg at misforståelser lett kan oppstå. Innen et aktivitetssystem eller en situasjonsdefinisjon framstår atferd som er i samsvar med rammene som riktig og rasjonell. Sett fra en annen situasjonsdefinisjon vil denne atferden derimot kunne være både meningsløs og framstå som et regelbrudd (Album 1996: 209).<sup>11</sup>

Episoden som er brukt som eksempel over, er likevel unntaket; vanligvis går kjøp og salg av =Oslo knirkefritt, uten synlige uenigheter og fornærmelser. Det er tilsynelatende stort sett enighet om hvordan dette salget skal foregå, hva som er riktig oppførsel og hvilke roller man har i situasjonen. Dette kan skyldes en enighet mellom kjøper/giver og selger/mottaker om hva slags situasjon – hvilket system – de befinner seg i, og hvilke rammer som gjelder for passende atferd. Alternativt kan den fungerende samhandlingen skyldes at ulike oppfatninger om system, roller og situasjon ikke synes i interaksjonen. Man kan for eksempel tenke seg at magasinet har en eufemiserende funksjon (Bourdieu 1996) som dekker over det *egentlige* motivet, og på den måten ”kamouflerer” eller skjuler veldedighetsaspektet og at grunnen til at man kjøper magasinet er at man vil hjelpe en rusavhengig og vanskeligstilt. Kanskje forstår kjøperen at det føles best for selgeren om veldedigheten forkles som et vanlig salg, og kjøperen tar derfor rollen som kjøper uten selv å

---

<sup>11</sup> Systembegrepet til Niklas Luhmann kan belyse dette ytterligere. Luhmann legger vekt på at all kommunikasjon er systemspesifikk, altså tilhørende et sosialt og kommunikativt system. Systemene er selvoppretholdende og lukkede, og hver for seg har systemene kun en begrenset og intern rasjonalitet som forenkler kompleksiteten, gjør en seleksjon og fokuserer på en begrenset del av ”virkeligheten”. Kommunikasjon på tvers av systemene blir derfor vanskelig (Aakvaag 2006, Sand 2000). Luhmanns systemteori er interessant i forhold til Erlik og har flere likhetstrekk med Goffmans aktivitetssystemer. Likevel har det vært noe vanskelig å bruke Luhmann på det datamaterialet jeg har hatt tilgjengelig. Jeg har derfor valgt å holde meg til Goffmans (1961, 1992) teori og begrepsbruk, supplert med Dag Albums (1996) redegjørelser for rammebegrepet og rammeanalyse.

---

være overbevist om inntrykkene som gis i interaksjonen (Goffman 1992: 24-25). Stilltiende og taktfullt kan de deltakende opprettholde situasjonens balanse og unngå pinligheter ved å hjelpe hverandre med å bevare en av partenes situasjonsdefinisjon. Den ene modulerer dermed sin egen rolle for å redde systemet fra kollaps (Goffman 1961: 121, 1992: 141).

Uansett enighet eller uenighet om system og rammer for atferd, er det et sentralt poeng at man bruker tidligere erfaringer og kunnskap når man går inn i en situasjon. Mye informasjon sendes ut mellom de deltakende. Ikke bare ord, men også kroppsspråk, utseende og stedets konnotasjoner er med på å gi signaler om hva slags interaksjon som skal finne sted, og fungerer slik som metakommunikasjon (Album 1996: 208-209). Sosiale kjennetegn – fasaden – formidler mye informasjon som skaper forventninger i møte med fremmede personer (Goffman 1992: 29-31), og kan derfor være avgjørende for oppfattelse av situasjonsdefinisjon og hvilke roller som er tilgjengelige. I forhold til =Oslo-selgerne har mange av disse karakteristiske trekk som er typisk for rusavhengige og hjemløse, blant annet klær, kroppsholdning og stemme. Tidligere erfaring og kjennskap til denne gruppen mennesker kan derfor påvirke magasinkjøperes møte med =Oslo-selgerne.

Ettersom vi generaliserer og har forventninger om noe kjent i møte med personer og situasjoner, kan man tenke seg at det er vanskelig å skulle definere nye systemer med nye situerte roller. Interaksjon basert på ukjente script og roller kan være vanskelig å gjennomføre. Eksisterende systemer og kjente roller er derimot kulturelt befestet og bærer med seg en slags indre logikk og mening i form av forestillinger om strukturerte handlingsforløp, som beskrevet tidligere i oppgaven. Nye roller i nye fortellinger krever derfor tid for å bli akseptert og ”normalisert”, og det vil være enklere å innta kjente roller i konkrete situasjoner.

Fordi prosjektet til Erlik er et nytt fenomen i Norge, og har relativt lite lokal historie, er det lite å trekke på i interaksjoner mellom selgere og kjøpere. På sikt kan derimot dette endre seg. Som tidligere beskrevet (se kapittel 2), har det de siste årene vært en oppblomstring av gateaviser, både i Norge og i andre land. Flere prosjekter som Erlik og mer kjennskap til dette, vil gi ny historie som man kan trekke på. På sikt kan man dermed kanskje se en systemkombinasjon, der det å blande veldedighet og forretning ikke bryter med folks oppfatning av det ene eller andre, og det rett og slett dannes et nytt og eget aktivitetssystem med egne roller og rammer.

Som vist, skal begrepet ”social business” fange opp kombinasjonen av markedsbasert forretning og sosiale målsetninger (Swithinbank 2001: 32, 54, se oppgavens kapittel 2). I tillegg til at The Big Issue bruker dette begrepet om sin drift og sitt formål, ble sosial

---

forretningsvirksomhet for alvor satt på dagsorden da Mohammad Yunus og Grameen Bank fikk Nobels fredspris i desember 2006. Prisvinneren satte fokus på at profittmaksimering kan kombineres med ”gode gjerninger for menneskeheten og for verden” (Yunus 2006), og kanskje kan slike uttalelser være et tegn på at det etter hvert dannes et system for dette?

## 6.4 Ja takk, begge deler

Idealisme og forretning trenger altså ikke nødvendigvis å motarbeide hverandre. Likevel, som jeg viste i kapittel 2, peker Kevin Howley (2003) på at det eksisterer et dilemma for gateaviser, som resulterer i en spenning mellom de som satser på å formidle et budskap om urettferdighet og behov for sosial endring gjennom avisen, og andre som prioriterer det forretningsmessige aspektet hvor fokus ligger på selgerjobben. Spørsmålet for gateavisene, skriver Howley, er om det er mulig – og ønskelig – å kombinere radikalitet og idealisme med et bredt publikum (2003: 282-283).

Det samme spørsmålet har jeg diskutert i forhold til Erlik, ettersom formidling av rusavhengiges og hjemløses situasjon har en stor plass i magasinet. I forhold til *The Big Issue*, som selv kaller seg sosial forretningsvirksomhet (Swithinbank 2001: 32, 54), plasserer nok Erlik seg nærmere det sosiale enn det forretningsmessige, i og med at *The Big Issue* har reklame, kulturnyheter og aktualiteter i sin avis, noe som er fraværende i =Oslo. Som vist, kan Erlik trekke på fordeler som kan knyttes til veldedighet, ved at selgerne får sympati og kan bli sett på som ofre av forbipasserende og kjøpere, noe som kanskje kan forklare hvorfor magasinet likevel selger såpass godt. En *for* stor avhengighet av veldedighetssystemets rammer og roller, kan imidlertid være ødeleggende for noe av budskapet til Erlik på sikt: hvis offerrollen får en for stor gjennomslagskraft, kan situasjoner mellom kjøper og selger bli definert som en interaksjon mellom giver og mottaker, og konnotasjoner og roller som peker framover kan bli overskygget. Da blir ikke forløpet i fortellingen til =Oslo fulgt opp med aktive rolleegenskaper for selgeren, og magasinet blir heller kanskje ikke lest?

Ettersom det selges mange utgaver av =Oslo og stadig flere rusavhengige får praktisert som magasinselgere, er altså ikke Howleys påståtte dilemma noe stort problem for Erlik, men sørger tvert imot for at foreningen kan få kjøpere med ulike formål, og er slik strategisk for salgshallene. Selgernes relativt lave deltakelse i foreningen gjennom skriving og oppmøte på selgermøtene, kan riktignok peke i retning av at det eksisterer ulike forståelser av hva som er Erlis viktigste formål – salg og selgerjobben, eller formidling av et budskap om sosial endring – der et skille går mellom selgerne på den ene siden, og

---

redaksjon og styre på den andre. Likevel, så lenge de ulike prioriteringene lar seg kombinere, byr ikke dette på egentlige problemer. Det som derimot er mer usikkert, er om kjøperne faktisk *leser* magasinet og får med seg innholdet. Salgstallene sier bare noe om antall kjøpere, og ingenting om faktisk antall lesere.

Selv om det er uklart hvor mange som faktisk leser magasinet, og dermed om mange kjøper =Oslo kun for å få god samvittighet, skal ikke veldedighetsaspektet overdrives. Det *er* ikke det samme å kjøpe magasinet som å gi penger til en tigger. For mange kjøpere er det nok nettopp *kombinasjonen* som er det avgjørende: man kan hjelpe andre og få god samvittighet, samtidig som man får et spesielt magasin tilbake. =Oslo-selgerne selger på mange måter både veldedighet og et produkt; de er både mottakere og selgere. Hva slags effekt dette har for gatemiljøet ellers, kan man imidlertid spørre seg om. Har det skapt et nytt hierarki blant de hjemløse, et slags klasseskille mellom dem som har blitt magasinselgere og andre som fremdeles tigger? Har tiggeres inntekt gått ned som følge av at forbipasserende foretrekker å kjøpe =Oslo framfor å gi penger til en tigger?

Ettersom Erlik representerer noe nytt i rus- og gatemiljøet i Oslo, er det mange spørsmål som reises. Det hadde vært interessant å vite om magasinkjøperne leser =Oslo, og hva motivasjonen for kjøpet er. For Erlik og for budskapet i magasinet, kunne en slik undersøkelse gi svar på om fortellingen i =Oslo oppfattes og om kombinasjonen av veldedighet og forretning er strategisk for de rusavhengige på sikt. Inntil videre, kan foreningen lene seg på effekten av å kombinere stil, idealisme og veldedighet.

## 6.5 Oppsummering

Erlik kan sies å trekke på både forretning og veldedighet. Med fokus på magasinet som et kvalitetsprodukt og på at magasinselgerne utfører en selgerjobb, likner prosjektet til Erlik på kommersiell forretningsdrift. Samtidig kan deltakelse på et marked i kombinasjon med at magasinet har et spesielt innhold med begrenset tematisk variasjon, føre til lave salgstall og hindre de rusavhengige og hjemløse i å praktisere i en aktiv rolle som en selger.

I Erlis tilfelle, skjer imidlertid ikke dette. Magasinet selger godt og stadig flere vanskeligstilte blir magasinselgere. Dette kan forklares med at Erlik trekker på normer og handlingsrammer som man finner igjen i veldedighet. Her spiller sympati fra givere en viktig rolle, og veldedighetsmottakeren blir sett på som et offer. Dermed kan redaksjonen prioritere et ideologisk innhold i magasinet som vektlegger opplysning og skadereduksjon, uten å måtte ta hensyn til om tekstene selger.

Som idealtypiske aktivitetssystemer (Goffman 1961) er forretning og veldedighet kontrasterende, spesielt med tanke på at rolleegenskapene som settes opp som tilgjengelige er så forskjellige. Mens selgerrollen er aktiv og står i et mer gjensidig forhold til kjøperrollen, har veldedighetsmottakeren en passiv offerrolle, preget av ydmykhet overfor en gavmild giverrolle. Med ulike rollepar som tilgjengelige i situasjoner hvor =Oslo selges, risikerer man at kjøper og selger inntar roller som ikke hører sammen. Ambivalensen kan komme til uttrykk gjennom kommunikasjonssvikt, slik episoden med mannen som ga en =Oslo-selger 400 kroner og deretter kastet magasinet, viste. I tillegg kan man se at også magasinselgerne har ulike forståelser av hva deres rolle som selgere innebærer.

Ambivalensen som oppstår ved at Erlik trekker på både veldedighet og forretning, kan altså skape forvirring i forhold til situasjonsdefinisjoner i konkrete møter mellom magasinselger og magasinkjøper. Samtidig er Erlis plassering mellom de to systemene muligens redningen for prosjektet idet magasinsalget kan oppleves som både-og, og kan trekke til seg kjøpere som enten er interessert i magasinets innhold, interessert i å gi økonomisk støtte, eller begge deler.

## 7. AVSLUTNING

Opprettelsen av Erlik har gitt rusavhengige og hjemløse i Oslo en ny aktivitet og en ny inntektskilde. I tillegg blir deres hverdagsproblemer tematisert gjennom magasinet. Initiativtakerne har ført gateavistradisjonen til hovedstaden – et konsept som på mange måter er en type deltakende kommunikasjon, ved at budskap om sosial endring formidles og en marginalisert gruppe representeres, men som samtidig innebærer et potensielt dilemma for foreningen mellom formidling av et radikalt budskap og å nå ut til en bred kjøpe- og lesegruppe (Howley 2003: 274-282).

I denne oppgaven har jeg forsøkt å peke på hvordan dette slår ut for Erlik. Foreningen *kombinerer* radikalitet og høye salgstall på en særegen måte: i magasinet formidles et budskap om endring gjennom det som kan kalles magasinet fortelling om rusavhengighet, der det tegnes et forløp som trekker den rusavhengige inn en ny framtid. Samtidig sørger antakeligvis vante roller og forestillinger om rusavhengighet for høye salgstall, ved at Erlik kan spille på sympati og konnotasjoner som er knyttet til veldedighet.

De to sidene ved Erlik – magasinet og salgssituasjonen – representerer oppgavens to hovedspørsmål. I forhold til spørsmålet om hvordan rusavhengige framstilles i =Oslo, kan man se at magasinet bruker beskrivelser som til sammen skisserer et nytt forløp der en bevegelse fra offerrollen til helterollen representerer årsaken til rusavhengigheten og veien ut av den. Rollenes ulike egenskaper forklarer hvorfor offeret og helten inngår i ulike deler av magasinet egen fortelling: mens offerrollen beskytter individet fra skyld og ansvar, har helterollen egenskaper som muliggjør egen handling og forandring. Videre peker magasinet fortelling på kulturelle forestillingers funksjon: en felles bevissthet om ”riktige” eller logiske handlingsrekker kan brukes som redskap til både selvforståelse og som forventninger om framtidig handling.

I =Oslos tekster finner man igjen trekk som kan knyttes til narkotikadebattens ulike perspektiver, der særlig skadereduksjonslinjens situasjonsdefinisjon likner magasinet bruk av offerrollen og samfunnsdiagnose. Likevel skiller magasinet seg fra skadereduksjonslinjen forløp, ved å kombinere dette med trekk som ikke hører hjemme i en deterministisk fortelling, og magasinet viser dermed hvordan fortellinger kan brukes strategisk og kreativt.

Også i forhold til oppgavens andre hovedspørsmål, spørsmålet om Erlik er forretning eller veldedighet, kommer forventninger om handling til syne. I det som med Goffmans (1961) ord kan kalles aktivitetssystemer, ligger det ulike rammer, script og roller, og en



---

forståelse av Erlik som forretning gir dermed andre forventninger enn som veldedighet. I Erliks tilfelle kan ulike tilgjengelige systemer ses som fordelaktig, og peker dermed tilbake på det potensielle dilemmaet for gateaviser mellom vektlegging av idealisme og radikalitet i magasinet på den ene siden, og muligheten for å nå et bredt publikum på den andre. For Erlik, etter mitt syn, muliggjør dilemmaet en unik kombinasjon som opprettholder foreningens drift slik den er i dag, ved at Erlik kan trekke på *både* forretning og veldedighet, og dermed kombinere et smalt og idealistisk magasin med høye salgstall.

## 7.1 Den røde tråden

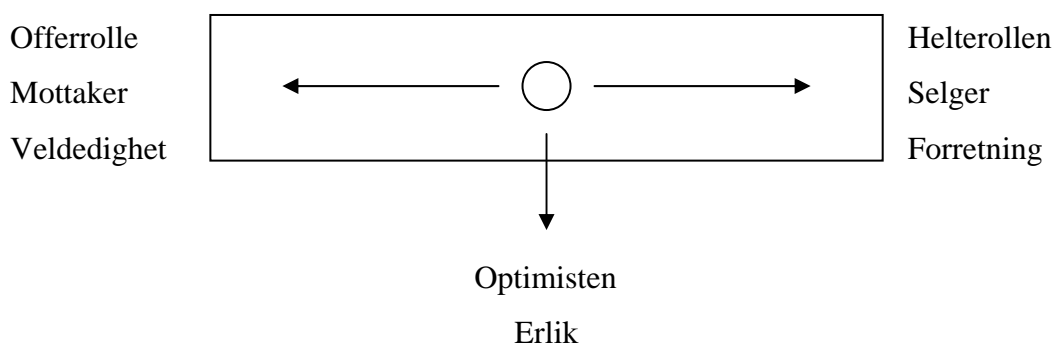
Tidsdimensjonen har på mange måter vært oppgavens røde tråd. Ved å se på hvordan magasinet tekster har relatert seg til forestillinger om fortid og framtid, har tekstenes roller og egenskaper blitt plassert i en narrativ struktur. Det er en plassering langs denne tidslinjen som til sammen har dannet det som jeg har ansett som magasinet egen fortelling.

Tekstene har beskrevet rusavhengighet ved bruk av ulike roller, med rollene som offer, optimist og helt som de mest sentrale. Det er disse rollenes ulike forbindelse til fortid og framtid, og deres forhold til handlingsrom som i stor grad har gjort at jeg har kunnet plassere dem i et forløp. I hver sin ende av tidslinjen står offeret og helten og representerer henholdsvis en vektlegging av struktur og aktør: gjennom magasinet samfunnsdiagnose og personifisering, knyttes offeret til passivitet som resultat av individets håpløse kamp mot systemets kulde. Fortidens determinisme beskytter den rusavhengige mot skyld og ansvar. Som kontrast, står tekstenes tematisering av en unik likhet og av suksess. Her er individets egenskaper, verdighet og evne til å skape seg en forandring vektlagt, og framtiden ligger åpen. Helterollen står som ideal: helten har klart å komme seirende ut av kampen mot systemet ved å ta saken i egne hender og dermed ta ansvar for livet sitt.

Vi ser hvordan de ulike rollene og tekstenes tema peker enten bakover eller framover. På samme måte kan man se at ulike trekk ved Erliks prosjekt trekker på liknende rolleegenskaper og idealer for handling, og dermed også kan plasseres etter en tidsdimensjon. Mens en veldedighetssituasjon gjerne har en passiv mottaker, her representert ved magasinselgerne, har selgerne en mer aktiv og likestilt relasjon til kjøperen i en kommersiell salgssituasjon. Erliks prosjekt kan dermed følge opp magasinet fortelling ved å bevege seg vekk fra veldedighet og over til forretning. Dagens drift gjør dette riktignok vanskelig, ettersom prosjektet muligens er avhengig av konnotasjoner som binder Erlik til ”fortidens” passive offerrolle. På samme måte som i magasinet, har offerrollen en

beskyttende funksjon ved å skape sympati og forståelse – noe som til syvende og sist kan bidra til å sikre magasinet salgstill og dermed foreningens eksistensgrunnlag.

Tidsforløpets to ender – fortid og framtid – trenger noe som binder det sammen for å kunne kalles en fortelling (Jfr. Frønes' forskjell på narrativ og fortelling, 2003: 90-91). I min analyse av magasinet tekster, har optimistrollen denne funksjonen, og representerer tidslinjens nåtid, idet denne relaterer seg både til fortiden og framtiden og sjonglerer med både struktur- og aktørbaserte fortellinger. Der optimisten er den som binder sammen fortid og framtid og slik representerer plottet i magasinet fortelling, er Erlik selv det sammenbindende elementet når man ser på prosjektet som helhet. På samme måte som optimisten er bindeleddet mellom roller som representerer fortiden og framtiden, står Erlik i en mellomstilling mellom systemer som peker bakover og framover. Magasinselgerne er på en måte allerede selgere, i hvert fall ved tittel, men har samtidig elementer av en offer- eller mottakerrolle, ettersom Erlik til en viss grad antakeligvis er avhengig av at kjøperne ser på selgerne som ofre for samfunnsstrukturene. Både optimisten og Erlik blir slik nødvendige mellomledd som muliggjør en overgang mellom fortid og framtid.



Som svar på oppgavens to hovedspørsmål, kan man altså si at de rusavhengige blir framstilt som ofre som har mulighet til å bli helter, og at Erliks prosjekt har trekk fra både forretning og veldedighet, og dermed befinner seg et sted midt i mellom. Kombinasjonen av motsettede egenskaper er Erliks særtrekk, og det blir essensielt å se dette i lys av en tidsdimensjon for å se hvordan en kombinasjon av noe kjent kan lede til endring.

---

## 7.2 Bevegelsen framover

Min rolle i denne oppgaven har først og fremst vært å si noe om hvordan Erlik og magasinet *er*. Hvis jeg nå likevel skal tre ut av analyserollen et øyeblikk, og si noe om hva jeg mener om Erliks prosjekt og dets framtid, måtte det være at for faktisk å komme seg fram og bevege seg over til en annen framtid, bør Erlik ta skrittet ut. I dag er foreningen antakeligvis avhengig av roller og forestillinger som binder de rusavhengige og vanskeligstilte til fortiden, noe som kan vanskeliggjøre en faktisk endring. Et forslag er å tydeliggjøre *selgerrollen* ved å kommersialisere magasinet ytterligere. Selv om magasinet i dag er et kvalitetsprodukt og mye arbeid legges ned i produksjonen av det, kan en for sterk idealisme binde Erlik til normative føringer som gjør at man kjøper magasinet fordi man *bør*. Da vil forbipasserende lett kunne møte magasinselgerne som givere heller enn som kjøpere.

Jeg mener at magasinet's innhold er viktig. Her artikuleres meninger som representerer en annen gruppe mennesker enn dem som vanligvis blir hørt. Samtidig er jeg altså redd for at tekstene i magasinet ikke blir lest, på grunn av vante roller, og derfor at meningene ikke når fram. Likevel, noen leser helt sikkert magasinet, og mange leser sikkert noe av det. Kanskje kunne en kombinasjon av aktualiteter og idealistiske tekster resultere i en vinn-vinn-situasjon? Poenget mitt er at jeg mener at selgerrollens funksjon – som en aktiv rolle i praksis – bør tas vare på og fremmes. Her har Erlik sjansen til å leve ut det som magasinet skriver om.

Det må presiseres at disse antakelsene – både om alternative løsninger og om hvorvidt kjøpere leser magasinet eller ikke – i stor grad kun er basert på observasjoner og egne tolkninger. Tidligere forskning på gateaviser (spesielt Howley 2003) har satt meg på sporet av viktige skillelinjer og dilemmaer innen dette feltet, men jeg har ingen statistiske data på hvorfor kjøpere av =Oslo faktisk kjøper magasinet og om tekstene leses. En slik undersøkelse kunne gitt mer konkrete svar og belyst forholdet mellom magasinet og prosjektets formål ytterligere.

Det jeg derimot med mer sikkerhet kan fastslå, er at Erlik prøver. Gjennom å foreslå andre roller og et alternativt forløp, presenteres en situasjonsdefinisjon som åpner for endring. Både magasinet og salgspraksisen har elementer av en bevegelse framover i seg. Fotografiene i =Oslo representerer dessuten en drivkraft fram mot endring: de store portrettene trenger ikke leses nøye – et blikk fra kjøperen er nok til at tanker settes i sving. Noen syns kanskje bildene er avstøtende eller for direkte, men effekten av dette er i seg selv

en tankevekker – hvorfor er det uvant å se en rusavhengig eller hjemløs i øynene, hvorfor føles dette ubehagelig for noen?

Ved å ta i bruk fotografiske virkemidler (om enn naturlige) og visuell kommunikasjon i formidling av et budskap som handler om rusavhengighet og marginalitet, trekker Erlik på en måte disse sosialt vanskeligstilte individene inn i kunsten. Portrettene blander estetikk og samfunnskritikk på linje med andre samfunnskritiske kunstuttrykk, og åpner for at tematisering av rus og gatemiljø kan eksistere i kunstfeltet.

Dette siste poenget kan kanskje stå som en generell karakteristikk av Erlik og effekten av foreningens drift, nemlig at Erlik krysser, eller utvider, områder som tidligere har vært tydeligere avgrenset eller lukket. Prosjektet er ikke fullført, men grensene er mindre entydige. Det gjelder hva en rusavhengig og sosialt vanskeligstilt er og kan være, og det gjelder hvordan disse kan hjelpes til å skape seg en annen framtid.

---

## REFERANSER

- Aakvaag, Gunnar (2006), *Niklas Luhmann og nyfunksjonalismen*, upubliserte notater. (Finnes også på nettsiden: <http://www.uio.no/studier/emner/sv/iss/SOS4000/v06/forelesningsnotater/Funksjonalismen.doc> Lesedato 5.2.2007)
- Album, Dag (1996), *Nære fremmede*. Dag Album og TANO A.S.
- Arbeids- og inkluderingsdepartementet (2004): *Orientering om endringer i sosialtjenesteloven som følge av rusreformen*. Rundskriv, publisert 27.1.2004
- Barker, Chris (2004), *Cultural Studies. Theory and Practice*. Second edition 2003, reprinted 2004. Sage Publications.
- Barthes, Roland (1999), *Mytologier*. 3. utgave (utgitt på norsk første gang i 1975), Trondheim: Gyldendal.
- Berkaak, Odd Are og Ivar Frønes (2005), *Tegn, tekst og samfunn*. Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Bourdieu, Pierre (1996), "De symbolske goders økonomi", *Symbolisk makt*. Pax Forlag.
- Bretteville-Jensen, Anne Line (2005), *økonomiske aspekter ved sprøytemisbrukeres forbruk av rusmidler. En analyse av intervjuer foretatt 1993-2004*. SIRUS rapport nr 4/2005. Oslo: Statens institutt for rusmiddelforskning.
- Driscoll, Lawrence (2000), *Reconsidering Drugs. Mapping Victorian and Modern Drug Discourses*. New York og Hampshire: Palgrave.
- Erlík (2005), *Vedtekter for foreningen Erlík*, pr. 25.4.2005.
- Fairclough, Norman (2006), *Discourse and Social Change*. (Første gang utgitt 1992) Cambridge: Polity Press.
- Frønes, Ivar (2003), *Handling, kultur og mening*. 2. opplag. Bergen: Fagbokforlaget.
- Goffman, Erving (1961), "Role Distance", i *Encounters. Two Studies in the Sociology of Interaction*. Bobbs-Merrill Company, Inc.
- Goffman, Erving (1974), *Frame Analysis*, Harmondsworth: Penguin.
- Goffman, Erving (1992), *Vårt rollespill til daglig*. Oslo: Pax Forlag AS.
- Hamsun, Knut (1968), *Sult*. 2. opplag. Første gang utgitt i 1890. Den norske bokklubben.
- Hansen, Thorbjørn, Evelyn Dyb og Steinar Østerby (2006), *Bostedsløse i Norge 2005 – en kartlegging*, prosjektrapport Sintef Byggforsk. (URL: [http://odin.dep.no/filarkiv/281595/Bostedsløse\\_i\\_Norge\\_2005.pdf](http://odin.dep.no/filarkiv/281595/Bostedsløse_i_Norge_2005.pdf) Lesedato: 13.5.2007)

- 
- Howley, Kevin (2003), "A Poverty of Voices: Street papers as Communicative Democracy", *Journalism 2003*; 4; 273-292. Sage Publications.
- Hughes John A., Wes W. Sharrock og Peter J. Martin (2004), *Understanding classical sociology*. London, Thousand Oaks og New Dehli: Sage Publications.
- Hunt, Neil (2004), "Public health or human rights: what comes first?", *International Journal of Drug Policy*, 15: 231-237.
- Jørgensen, Marianne Winther og Louise Phillips (1999), *Diskursanalyse som teori og metode*. Roskilde Universitetsforlag.
- Kjørup, Søren (1977), "Billedkommunikation", i Fausing, Bent og Peter Larsen (red.) (1998), *Visuell kommunikation*, 58-82. 6. opplag. København: Medusa.
- Kjørup; Søren (2003), *Hvorfor smiler Mona Lisa? – en bog om billeder og deres brug*. 2. utgave, 3.opplag. Roskilde Universitetsforlag.
- Klein, Naomi (2001), *No Logo: Med merkevareterroristene i siktet*. 2. opplag. Oslo: Forlaget Oktober.
- Kress, Gunther og Theo van Leeuwen (2006), *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. 2. utgave. New York: Routhledge.
- Kübler, Daniel (2001), "Understanding policy change with the advocacy coalition framework: an application to Swiss drug policy", *Journal of European Public Policy*, 8 (4): 623-641.
- Lohne, Vibeke, Thomas Mathiesen og Anne-Lise Middelthon (1982), *Den nye moralismen. Om menneskesyn, behandling –og stoffmisbruk*. Oslo/Gjøvik: Gyldendal Norsk Forlag A/S.
- NESH (Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora) (2006), *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi*. Zoom Grafisk AS.
- Sand, Inger-Johanne (2000), "Niklas Luhmann: Makt og kommunikasjon", i Neumann, Iver B (red.), *Maktens strateger*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Sandberg, Sveinung og Willy Pedersen (2005), '*Retten fra pikerommet med ransel på ryggen?*' *Om ungdom som oppholdt seg rundt Plata*. NOVA rapport nr 6/05. Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring.
- Sandberg, Sveinung og Willy Pedersen (2006), *Gatekapital*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Schank, Roger og Robert Abelson (1977), *Scripts, Plans, Goals and Understanding. An Inquiry into Human Knowledge Structures*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Simmel, Georg (1902), "Storbyene og åndslivet", i Østerberg, D. (red.) (1990), *Handling og samfunn. Sosiologisk teori i utvalg*, ss 87-102. Oslo: Pax Forlag A.S.

- 
- Sosial- og helsedirektoratet (2004), *Fakta om narkotiske stoffer*. Oslo: Sosial- og helsedirektoratet.
- Strand, Thomas W. (2005), ”Stakkarslige, dumme, kriminelle eller syke? Posisjoner for narkotikabrukere i norsk presse” i *ARR idéhistorisk tidsskrift, Narkomani*. Nr. 1-2/2005, side 73-87.
- Swithinbank, Tessa (2001), *Coming up from the streets: the story of The Big Issue*. Storbritannia og USA: Earthscan Publications Ltd.
- Sætre, Simen (2006), *Hugo. En biografi*. J.M. Stenersens forlag AS.
- Thagaard, Tove (2002), *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. 2. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.
- Thwaites, Anthony, Lloyd Davis og Warwick Mules (2002), *Introducing cultural and media studies: a semiotic approach*. Houndmills: Palgrave.
- Weber, Max (1973), *Makt og byråkrati*. Gyldendal.
- Yunus, Muhammad (2006), ”Muhammad Yunus sitt nobelforedrag”, *NTBtekst*, 10.12.2006.

### **URL:**

- Aftenposten: 14.1.2007: <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/politikk/article1601247.ece>  
Lesedato: 15.1.2007
- INSP, International Network of Street Papers: <http://www.street-papers.com/> Lesedato: 5.02.2007
- NRK Nyheter: nrk.no, publisert 14.1.2007: <http://www.nrk.no/nyheter/innenriks/1.1634454>  
Lesedato: 15.1.2007.
- Rusmiddeletaten:  
<http://www.rusmiddeletaten.oslo.kommune.no/tjenestetilbudet/article28776-8842.html> Lesedato: 31.01.07.
- SIRUS (2007), *Fakta om rusmidler* <http://www.sirus.no/internett/statistikk/article/337.html>  
Lesedato: 28.7.2007

### **Avisreferanser:**

- Knutsen, Arild (2004), ”Vi svikter de narkomane”, i *Aftenposten Aften*, 22.12.2004, del 1 side 26.
- Pedersen, Willy (2007), ”Voldtekt rammer ikke blindt”, i *Aftenposten* 7.3.2007, del 2 side 4.
- Skilbrei, May-Len og Camilla Lied (2006), ”De elendige”, i *Dagbladet*, 29.9.2006, del 1 side: 48.

---

Skjong, Mette Kamilla (2006), "Vår uutholdelige letthet", i *Dagsavisen*, 31.7.2006, side 34.

Skre, Arnhild (2005), "Magasin må-ha-blad for urbane folk", i *Aftenposten*, 29.6.2005, del 2 side 10.

Storberget, Knut (2007), "Hva er straff som fortjent?", i *Aftenposten*, 21.3.2007, del 2 side 4.

Åmås, Jon Olav (2006), "Husk at du er et offer" *Aftenposten* 27.7.2006, kultur side 2

### **Sitater fra =Oslo:**

#### **=Oslo nr 1 (2005):**

- "Bakgrunns mennesker", Mathiesen, Anlov P, side 11.

#### **=Oslo nr 2 (2005):**

- "Syndige samfunnsroller", Tormodsdatter, Tone, side 17.

- "Smertestilleren" Drefvelin, Caroline, side 37.

#### **=Oslo nr 3 (2005):**

- "Mennesker og valg", Omberg, Vibeke, side 6.

- "Superselgeren", Strømme, Alvhild, side 32.

- "Opplysningstid", Vesterøy, Sofie, side 40.

- "Ikke kvalifiserbar", Hyvang, Kristine, side 44.

#### **=Oslo nr 4 (2005):**

- "For snill for dette livet", Schofield, Daniel, side 41.

- Uten tittel, Roy, side 55.

- "Vannmannen", Aasarød, Askild Matre, side 61.

- "Naboen", Aasarød, Askild Matre, side 77.

- "Stigma (En melding fra gatefolket)", Wolf, Lone, side 78.

#### **=Oslo nr 5 (2006):**

- "Varme og kulde", Omberg, Vibeke, side 2.

- "Kjølilig gjestfrihet", Mathiesen, Anlov P., side 5.

- "I trafikkmaskinens ly", Mathiesen, Anlov P., side 17.

- "Tanker om fattigdomskamp", Mathiesen, Anlov P., side 18.



**=Oslo nr 6 (2006):**

- "Byen fanger", Drefvelin, Caroline, side 18.
- "En brennende sjel", Sonstad, Trym Oust, side 40.
- "Du skulle ha sett du...", L.C. Selger 323, side 71.
- "En selgers tanker", L.C. Selger 323, side 71.

**=Oslo nr 7 (2006):**

- "Tarzan!", Marcello, side 47.

**=Oslo nr 9:**

- "Med rett til å feile", Aasarød, Askild Matre, side 8.
- "Dagfrids historie", Bu, Kari og Dagfrid Fosen, side 33.
- "Siv + Knut = sant", Bu, Kari, side 35.

**=Oslo nr 10 (2006):**

- "Jakten på identitet", Mathiesen, Anlov P., side 7.

**=Oslo nr 11 (2006):**

- "Målbevisst", Bu, Kari, side 20.

Alle kilder i denne oppgaven er oppgitt

Antall ord i denne oppgaven er: 38548.